



**Universidade de Aveiro**  
Ano 2013

Instituto Superior de Contabilidade e  
Administração de Aveiro

**Carla Patrícia de  
Sousa Garcia**

**A Fiscalidade do Comércio Eletrónico**



**Universidade de Aveiro**  
Ano 2013

Instituto Superior de Contabilidade e  
Administração de Aveiro

**Carla Patrícia de  
Sousa Garcia**

## **A Fiscalidade do Comércio Eletrónico**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Contabilidade – Ramo de Fiscalidade, realizada sob a orientação científica do Mestre Avelino Azevedo Antão, professor adjunto do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro.

## O júri

Presidente

Prof. Doutora Graça Maria do Carmo Azevedo

Professora Adjunta da Universidade de Aveiro

Arguente

Prof. Doutor Luís Manuel Dionísio Marques

Professor Convidado da Universidade Católica Portuguesa

Orientador

Prof. Mestre Avelino Azevedo Antão

Professor Adjunto da Universidade de Aveiro

## **Agradecimentos**

Aos meus pais e aos meus irmãos que sempre me incentivaram incondicionalmente a seguir os meus sonhos, mesmo sabendo que para isso estariam a prescindir da minha presença.

A ti, Miguel, que sempre me apoiaste em todos os momentos e me fizeste continuar, mesmo quando a vontade era pouca.

Aos meus amigos, que sempre estiveram prontos para me ajudar em tudo.

À professora Carla Carvalho, por toda a ajuda dada durante estes dois anos, que direta ou indiretamente tornou possível a conclusão da minha dissertação de Mestrado.

Aos meus colegas de trabalho, em particular ao Rodrigo Ourives e ao Élio Figueiredo, pois além de me darem a sua opinião pessoal sobre a minha dissertação, também me indicaram qual o caminho que achavam que deveria seguir.

Por fim, mas não menos importante, o meu muito obrigado ao meu orientador e professor Avelino Antão e à professora Graça Azevedo, por todo o apoio fornecido para que a conclusão da minha dissertação fosse possível.

**Palavras-chave**

Comércio Eletrónico, Fiscalidade, Internet, Tributação

**Resumo**

Numa era em que as novas tecnologias imperam e em que o comércio também se passa a realizar através da Internet urge indagar sobre qual o impacto dessa atividade no âmbito da fiscalidade.

As preocupações relativamente à tributação deste novo paradigma têm vindo a aumentar uma vez que o Comércio Eletrónico facilita a evasão e a fraude fiscais.

Com este trabalho pretende-se fornecer uma abordagem ao tema do Comércio Eletrónico, assim como à aplicabilidade da fiscalidade direta e indireta a esta nova tendência mundial.

**Keywords**

Electronic Commerce, Tax, Internet, Taxation

**Abstract**

In an era new technologies rule and where trade is increasingly being conducted over the Internet the question arises as to the impact that this will have on the taxation.

Concerns regarding the taxation of this new paradigm have been increasing since the Electronic Commerce facilitates tax evasion and fraud.

This work aims to provide an approach to the issue of electronic commerce, as well as the applicability of direct and indirect taxation to this new global trend.

**ÍNDICE**

<b>Resumo .....</b>	<b>II</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>III</b>
<b>Índice.....</b>	<b>IV</b>
<b>Índice de Figuras .....</b>	<b>VII</b>
<b>Índice de Gráficos .....</b>	<b>VIII</b>
<b>Índice de Tabelas .....</b>	<b>IX</b>
<b>Siglas, Acrónimos e Abreviaturas .....</b>	<b>X</b>
<b>Introdução .....</b>	<b>1</b>
<b>1. Internet e o Comércio Eletrónico .....</b>	<b>4</b>
1.1. Definição e âmbito.....	4
1.2. As modalidades do Comércio Eletrónico.....	6
1.2.1. Critério subjetivo (o tipo de intervenientes envolvidos nas operações eletrónicas) .....	6
1.2.1.1. Business-to-business (b2b) .....	7
1.2.1.2. Business-to-Consumer (b2c).....	8
1.2.1.3. Business-to-administration (b2a) .....	9
1.2.1.4. Consumer-to-administration (c2a) .....	9
1.2.2. Critério sistemático (Comércio Eletrónico VS Comércio Tradicional) .....	9
1.2.3. Critério quanto à forma – Comércio Eletrónico on-line e off-line .....	11
1.3. Breve evolução histórica.....	12
1.4. Análise SWOT do Comércio Eletrónico.....	15
1.4.1. Forças .....	16
1.4.2. Fraquezas.....	18
1.4.3. Oportunidades.....	19
1.4.4. Ameaças .....	19
1.5. Perceção das barreiras e benefícios do Comércio Eletrónico.....	20
1.5.1. Principais Vantagens e Desvantagens inerentes ao uso do Comércio Eletrónico .....	24
1.6. Utilização da Internet e do Comércio Eletrónico .....	26
1.6.1. Comércio Eletrónico .....	27

1.7. Atitude face à potencial realização de Comércio Eletrónico .....	30
1.8. O Comércio Eletrónico em Portugal.....	35
<b>2. A Tributação no Comércio Eletrónico .....</b>	<b>40</b>
2.1. Funções do imposto.....	40
2.2. O Comércio Eletrónico como resultado da Globalização.....	43
2.2.1. A Globalização como realidade no nosso tempo .....	43
2.2.2. O Impacto da Globalização na Fiscalidade .....	46
A) Ganhar Competitividade Fiscal .....	47
B) Condenação da Concorrência Fiscal Prejudicial .....	48
C) Combate à Fraude e à Evasão Fiscais .....	49
D) Criação e reforço de medidas anti-abuso .....	50
E) Importância da troca de informação e da assistência mútua .....	52
F) A defesa de procedimentos alternativos na resolução de litígios .....	53
G) Limitação da parafiscalidade.....	53
2.3. Dificuldades da Regulamentação do Comércio Eletrónico .....	54
2.3.1. Adaptabilidade do regime jurídico existente .....	54
2.3.2. Regulação ou Auto-Regulação.....	55
2.3.2.1 Perspetiva Reguladora.....	55
2.3.2.2 Auto-Regulação .....	56
2.4. Fiscalidade Indireta: O Regime Português.....	58
2.4.1. Considerações sobre o IVA .....	58
2.4.2. Tributação dos Serviços Prestados por via Eletrónica no âmbito do IVA .....	60
2.5. A Tributação do Rendimento.....	64
2.5.1. A Importância dos Acordos de Dupla Tributação .....	64
2.5.2. Elementos de Conexão: Residência e Fonte.....	66
2.5.3. A Problemática Associada ao imposto sobre o rendimento .....	69
2.5.3. Impacto do Comércio Eletrónico na tributação direta em Portugal .....	72
2.5.3.1. O problema da localização da atividade e a noção de estabelecimento estável .....	72
<b>3. A Assinatura Digital/Eletrónica e a Faturação Eletrónica.....</b>	<b>74</b>
3.1. Assinatura Eletrónica.....	75
3.1.1. A necessidade de uma assinatura Eletrónica certificada .....	75
3.1.2. A certificação .....	76
3.1.2.1. Atividade de certificação .....	79



3.1.2.2. Fiscalização .....	80
3.2.3. Funcionamento das Assinaturas Eletrónicas .....	80
3.2.3.1. Segurança das Comunicações.....	81
3.2.3.2. O Problema da Assinatura Eletrónica .....	83
3.2. <i>Faturação eletrónica</i> .....	84
3.2.1. Enquadramento e evolução legislativa.....	84
3.2.2. Requisitos Legais .....	86
3.2.3. Conservação e Arquivo .....	89
3.2.4. Condições Técnicas.....	90
3.2.5. A Auto-Faturação e a Subcontratação.....	94
<b>Conclusão .....</b>	<b>97</b>
<b>Referências Bibliográficas .....</b>	<b>103</b>
<b>Anexo I .....</b>	<b>107</b>

**ÍNDICE DE FIGURAS**

<b>Figura 1</b>	Tipos de Comércio Eletrónico .....	7
<b>Figura 2</b>	Tipos de comércio .....	10
<b>Figura 3</b>	Análise SWOT/FOFA .....	16
<b>Figura 4</b>	Principais vantagens e desvantagens inerentes ao uso do Comércio Eletrónico .....	25
<b>Figura 5</b>	Fiscalidade Tradicional .....	42
<b>Figura 6</b>	Sete áreas prioritárias por parte do poder político e por parte da doutrina .....	47
<b>Figura 7</b>	Caraterização dos serviços e mecanismos de segurança .....	82
<b>Figura 8</b>	Relação entre serviços e mecanismos de segurança .....	83

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b>	Perceção das barreiras às compras eletrónicas em Portugal e na EU (% de empresas) .....	21
<b>Gráfico 2</b>	Perceção dos benefícios das compras eletrónicas em Portugal e na EU (% de empresas) ....	22
<b>Gráfico 3</b>	Perceção das barreiras às vendas eletrónicas em Portugal e na EU (% de empresas) .....	23
<b>Gráfico 4</b>	Perceção dos benefícios das vendas eletrónicas em Portugal e na EU (% de empresas) .....	24
<b>Gráfico 5</b>	Proporção de empresas de comércio que realizaram Comércio Eletrónico – 2010 e 2011 ..	28
<b>Gráfico 6</b>	Finalidades da troca automática de informação em 2012 (%) .....	30
<b>Gráfico 7</b>	Interesse perante a potencial realização de compras na Internet (em %) .....	31
<b>Gráfico 8</b>	Principais vantagens do Comércio Eletrónico (em %) .....	32
<b>Gráfico 9</b>	Principais inibidores do Comércio Eletrónico (em %) .....	33
<b>Gráfico 10</b>	Produtos e serviços que apresentam maior interesse de compra através da Internet (%) ...	34
<b>Gráfico 11</b>	Famílias com acesso a computadores, ligação à Internet e ligação através de banda larga em casa, 2008-2012 (%) .....	36

**ÍNDICE DE TABELAS**

<b>Tabela 1</b>	TIC nas empresas com 10 ou mais pessoas ao serviço, em 2012, total por dimensão das empresas .....	26
<b>Tabela 2</b>	Empresas que efetuaram troca automática de informação, em 2012, total e por atividade económica CAE – REV3 (%) .....	29
<b>Tabela 3</b>	Agregado doméstico com acesso a computador, ligação à Internet e ligação através de banda larga em casa, total e por regiões NUT II (%) .....	37
<b>Tabela 4</b>	Razões para não efetuar encomendas através da Internet (%), 2009 .....	76

## SIGLAS, ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS

**ADT** – Acordo para eliminar e evitar a Dupla Tributação

**AEP** – Anuário Estatístico de Portugal

**Art.** – Artigo

**CIVA** – Código do Imposto sobre o Valor Acrescentado

**EDI** – *Electronic data Interchange* (Troca de Dados Eletrónicos)

**EE** – Estabelecimentos Estáveis

**EFT** – *Electronic Funds Transfers* (**TEF** – *Transferência Eletrónica de Fundos*)

**INE** – Instituto Nacional de Estatística

**ISP** – *Internet Services Provider*

**OCDE** - *Organization for Economic Co-operation and Development* (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico)

**PME's** – Pequenas e Médias Empresas

**p.p.** – Pontos Percentuais

**SI** – Sistema de Incentivos

**TIC** – Tecnologias de Informação e Comunicação

**UE** – União Europeia

**VIES** – Sistema de Intercâmbio de informação sobre o IVA

## INTRODUÇÃO

O Comércio Eletrónico constitui, por natureza, um tipo radicalmente novo de transações comerciais: divisão e possibilidades de deslocação de comerciantes. A internacionalização das transações e as dificuldades relativas ao “seguimento do percurso” das transações, são apenas alguns dos problemas que é preciso ter em conta e que aliás não são novos, mas cujas implicações aumentam ao mesmo tempo que aumenta o seu grau de dificuldade.

O Comércio Eletrónico é um tema de grande atualidade, em virtude de ser uma das componentes de maior relevância da chamada “Nova Economia”.

Na sua vertente entre empresas apresenta elevadas taxas de crescimento em Portugal e no Mundo, o que permite auspiciar acréscimos de produtividade muito significativos em todos os países que adotem sem reservas esta nova modalidade de fazer negócios.

O Comércio Eletrónico é seguramente uma das vias fundamentais para aumentar a competitividade das empresas conduzindo à adoção de novas formas de organização do trabalho e dos negócios. Por outro lado, impõe também, exigências de reorganização dos sistemas de informação, por forma a permitir recolher os benefícios do acesso a um mercado cada vez mais alargado.

Reconhece-se que o desenvolvimento do Comércio Eletrónico levará a uma gradual, mas profunda, reforma da estrutura económica, capaz de melhorar a produtividade e competitividade das empresas, em especial as PME's, numa economia que é cada vez mais digital.

Mais que um fruto da globalização, a Internet representa um dos principais instrumentos desta. Com a globalização, vemos a Internet, nos anos mais recentes, transformar-se rapidamente numa rede comercial. Esta rede comercial oferece vantagens muito grandes. Permite com investimento mínimo que as empresas façam negócios em todo o Mundo. Deixa de haver necessidade de abrir lojas físicas ou de fazer qualquer outro meio de localização nos países de destino. Os *sites* são lojas “virtuais” que disponibilizam produtos ou serviços por cima das regras económicas que pautam o comércio dos países de destino, ou mesmo das regras internacionais. As barreiras comerciais e aduaneiras, bem como os sistemas tributários nacionais, são com facilidade ultrapassados. A globalização económica consegue um progresso flagrante.

Há uma boa globalização e uma má globalização. A má globalização revela-se na posição de domínio que a si mesmo se reservam aqueles que têm as rédeas do sistema.

A Diretiva n.º 00/31/CE, de 8 de junho, marca no plano jurídico o culminar desta política, e marca também simultaneamente o ponto de partida para novas etapas. O artigo 9º, nº 1 estabelece o princípio da equiparação dos contratos celebrados por via eletrónica aos contratos celebrados pelos meios comuns. É uma posição muito arrojada e mesmo, tendo em vista as condições existentes, prematura, mas exprime uma vontade e impõe uma política. Os problemas suscitados terão agora de ser resolvidos a esta luz. Mas a penetração nos vários países da Comunidade tem doravante uma base nova e indiscutível.

As empresas portuguesas não têm normalmente uma posição favorecida no Comércio Comunitário, quer pela dimensão, quer pela fragilidade financeira média, quer por outros fatores. A técnica informática, sendo embora em Portugal apreciável no ponto de vista do conhecimento, fraqueja quando se trata do aproveitamento prático generalizado desse conhecimento. Não se expandiu ainda a muitas pequenas e médias empresas. O que significa que a concorrência em base informática traz para a empresa portuguesa comum uma nova desvantagem.

A medalha tem também o seu reverso. As empresas portuguesas que, pela sua pequena dimensão, não podiam aspirar a ter delegações no exterior têm agora a possibilidade de suprir essa falta pela atuação em rede. Poderão penetrar em mercados que lhes estavam na prática vedados, desde que consigam apetrechar-se ou reconverter-se de maneira a competir através do novo veículo. Os mais capazes poderão com isto sobressair.

A Internet exige o funcionamento da Administração por 24 em cada 24 horas, sete dias por semana, de maneira a dar resposta atempada às demandas que ponham em causa o funcionamento da rede.

Quer a Diretiva 2000/31/CE (art. 14º, nº 3) quer a lei portuguesa (Decreto-lei 7/2004, art. 18º) preveem a possibilidade de intervenção de uma autoridade administrativa que pode ordenar a remoção ou impossibilidade de acesso a uma informação. O sistema do art. 18 respeita à solução provisória de litígios. Um determinado conteúdo em rede pode ser contestado por terceiro, por violação de direitos intelectuais, por ofensas pessoais, por concorrência desleal e por tantas outras razões. O interessado pode pedir ao provedor intermediário de serviços a retirada daquele conteúdo. Mas o provedor intermediário de serviços, que não é juiz, não pode arriscar-se, dando satisfação, a ofender os direitos de quem colocou o conteúdo em rede e a ser em

consequência responsabilizado por isso. Pelo que só é obrigado a satisfazer o pedido se a ilegalidade for manifesta.

O surgimento do Comércio Eletrónico deu aso a muitas alterações tanto a nível financeiro – fazendo com que os negócios “locais” pudessem expandir facilmente para novos mercados, sem que nesses possuíssem uma sucursal, passando de negócios locais para mundiais -; como a nível fiscal – fazendo com que houvesse necessidade por parte da Administração Pública, estipular novas medidas para controlar e tributar este novo tipo de comércio.

O presente trabalho irá fornecer uma abordagem ao tema do Comércio Eletrónico e à fiscalidade com ele relacionada, uma vez que este tem potencial para se tornar num dos maiores desenvolvimentos económicos do século XXI.

Assim sendo decidimos repartir este trabalho em três “partes”: A Internet e o Comércio Eletrónico; a tributação no Comércio Eletrónico; a assinatura digital e a faturação eletrónica.

Após a parte introdutória deste trabalho começaremos por fazer uma breve abordagem à Internet e ao Comércio Eletrónico, evidenciando os principais conceitos relacionados com esta realidade e apresentando algumas análises estatísticas sobre a sua evolução.

De seguida abordaremos a tributação no Comércio Eletrónico assim como as problemáticas que lhe são inerentes. Analisaremos as funções do imposto, as dificuldades da regulamentação deste novo tipo de comércio e outras questões no âmbito da fiscalidade direta e indireta.

Dada a importância que a fatura eletrónica assume no contexto do Comércio Eletrónico, e a necessidade da existência de uma assinatura digital certificada que garanta a veracidade dessa mesma fatura e de outros documentos eletrónicos que possam vir a surgir com este tipo de comércio, decidimos dedicar o último capítulo deste trabalho exatamente a este assunto: A Assinatura Digital e o Comércio Eletrónico.

O Comércio Eletrónico dá início a uma nova era no mundo dos negócios, que a longo prazo pode vir a mostrar ser uma grande aposta para todos, levando a uma grande evolução por parte das empresas. Este tipo de comércio pode ser uma grande aposta para a expansão de pequenos negócios, podendo estes ter a oportunidade de divulgação dos seus produtos/serviços a nível mundial. Esperamos que este trabalho possa vir a elucidar todos os interessados sobre esta nova realidade, o Comércio Eletrónico.



## 1. INTERNET E O COMÉRCIO ELETRÓNICO

Nos dias de hoje, é cada vez mais comum ouvir falar de “Comércio Eletrónico”, “dinheiro digital”, “transações *on-line*”, “banca *on-line*”, *etc.* A cada uma destas expressões associam-se outros tantos fatores de inovação tão característicos da sociedade atual, os quais, têm vindo a transformar a forma como orientamos as nossas vidas ou gerimos os nossos negócios.

### 1.1. DEFINIÇÃO E ÂMBITO

#### A Internet

A Internet é a infraestrutura tecnológica que suporta as formas atuais do Comércio Eletrónico (que se designa também por *e-commerce*), e que simultaneamente tem vindo a ser o seu principal fator de desenvolvimento (Ferrão, 2000).

No entanto, nem sempre foi assim, dado que o Comércio Eletrónico já existe há cerca de 20 anos, sob formas diferentes, mas que entretanto reconfiguraram a mesma necessidade de “relacionamentos eletrónicos” entre as organizações em geral.

A Internet veio trazer uma componente interativa que faltava ao Comércio Eletrónico, ao mesmo tempo que um alargamento do seu âmbito, o que proporciona o acesso ao cliente individual que até então não tinha possibilidade de intervir nesta nova forma de comercialização.

Teremos assim o “*e-business*” como um conceito mais alargado de interação entre as organizações, e que se prevê vai ser o verdadeiro fator de dinamização do Comércio Eletrónico na vertente muito importante do “*business to business*”, ou seja, entre organizações.

#### O que é o Comércio Eletrónico – Definição e Caracterização

O Comércio Eletrónico, que inicialmente parecia apenas uma moda passageira que depressa passaria, está cada vez mais implantado, arrastando consigo uma nova maneira de estar no mercado, assim como uma nova forma de gerir as empresas.

É evidente que esta mudança tem também a ver com outros fatores como sejam a necessidade que as empresas têm de estar junto dos seus clientes, bem como a integração das empresas em termos das suas atividades, e ainda mais recentemente a globalização das economias.

Um bom exemplo são sem dúvida as empresas industriais, em que os seus fornecedores, e os seus clientes, passam também a fazer parte de redes informáticas em que as trocas de informação (por exemplo encomendas, faturas, situação de stocks) são constantes, acelerando-se deste modo o ciclo de produção e consequentemente o prazo de entrega aos clientes.

Será também possível disponibilizar mais informação acerca dos produtos que se fabricam, permitindo também um maior ajustamento às necessidades específicas dos clientes.

De uma maneira geral o Comércio Eletrónico terá a ver com a geração, e exploração, de novas oportunidades de negócio que só serão possíveis através das suas tecnologias associadas.

**O que é, afinal, o Comércio Eletrónico?** Uma **definição preliminar** poderia resumi-lo ao ato de realizar negócios por via eletrónica. Contudo, esta seria uma forma muito simplista de caracterizar um fenómeno que tem vindo a provocar mudanças tão drásticas e rápidas nas estruturas de mercado, sociais e financeiras a nível mundial. De uma forma um pouco **mais elaborada**, poderia ser também definido como “qualquer tipo de transação comercial, em que as partes envolvidas interajam eletronicamente e não através de trocas ou contactos físicos”.

Adotando uma definição na linha seguida pela *International Data Corporation* (IDC), podemos então designar por **Comércio Eletrónico** todo o processo pelo qual uma encomenda é colocada ou aceite através da Internet, ou de outro qualquer meio eletrónico, representando, como consequência, um compromisso para uma futura transferência de fundos em troca de produtos ou serviços (Anacom, 2006).

O Eurostat, que adota uma definição na linha adotada pela OCDE, define o **Comércio Eletrónico** como “a transação de bens e serviços entre computadores mediados por redes informáticas, sendo que o pagamento ou entrega dos produtos transacionados não terá que ser, necessariamente, feito através dessas redes” (Eurostat, 2002, p.1).

## 1.2. AS MODALIDADES DO COMÉRCIO ELETRÓNICO

Três são, em princípio, os critérios que se podem apontar como sendo geradores de modalidades de Comércio Eletrónico.

### 1. Critério subjetivo – o tipo de intervenientes envolvidos nas operações eletrónicas

Nos termos deste critério, o Comércio Eletrónico classifica-se conforme os intervenientes envolvidos na transação eletrónica. Pode apontar-se sem dúvidas, o Comércio Eletrónico entre empresas, entre empresas e consumidores, entre consumidores e entre empresas e a Administração Pública.

### 2. Critério sistemático – o tipo de aplicação utilizado

Ao falar-se do tipo de aplicação utilizado pode distinguir-se entre o Comércio Eletrónico tradicional e o Comércio Eletrónico via Internet.

### 3. Critério quanto à forma – Comércio Eletrónico *on-line* e *off-line*

O Comércio Eletrónico assume uma divisão natural entre o que se apelida de Comércio Eletrónico direto ou *on-line* e Comércio Eletrónico indireto ou *off-line* (Pires, 2011).

#### 1.2.1. CRITÉRIO SUBJETIVO (O TIPO DE INTERVENIENTES ENVOLVIDOS NAS OPERAÇÕES ELETRÓNICAS)

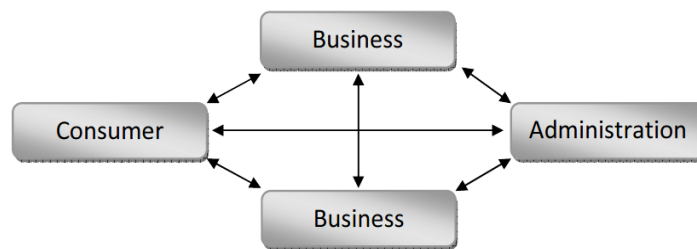
De entre as inúmeras possibilidades existentes para a classificação do Comércio Eletrónico (consoante, por exemplo, o tipo de produto ou serviço transacionado, o sector de atividade a que correspondem, a tecnologia de suporte usada, os montantes envolvidos nas transações ou o tipo de intervenientes no processo), a literatura tem recorrido, preferencialmente, à que se baseia no tipo de intervenientes envolvidos nas transações.

De acordo com esta classificação, reconhecem-se quatro tipos principais de Comércio Eletrónico:

- *Business-to-Business* (B2B);

- *Business-to-Consumer* (B2C);
- *Business-to-Administration* (B2A); e
- *Consumer-to-Administration* (C2A).

**FIGURA 1 – TIPOS DE COMÉRCIO ELETRÓNICO**



*Fonte: Anacom (2006, p. 20)*

#### 1.2.1.1. BUSINESS-TO-BUSINESS (B2B)

O comércio *Business-to-Business* (B2B) engloba todas as transações eletrónicas efetuadas entre empresas. Correspondendo, atualmente, a cerca de 90% do Comércio Eletrónico realizado em Portugal, o comércio B2B desenvolve-se, basicamente, em três grandes áreas: o *e-Marketplace*, o *e-Procurement* e o *e-Distribution*.

Os ***e-Marketplaces*** consistem em plataformas eletrónicas onde as empresas, ora assumindo a posição de comprador, ora a de vendedor, se reúnem à volta de um mesmo objetivo: estabelecer laços comerciais entre si. Estes mercados digitais podem assumir uma forma vertical, quando apenas são frequentados por empresas de uma indústria específica, ou horizontal, caso em que é permitida a participação de empresas de várias indústrias ou ramos de atividade.

Os ***e-Procurements*** são plataformas eletrónicas especificamente desenvolvidas para suportar o aprovisionamento das organizações, permitindo que estas otimizem a cadeia de fornecimento em termos de tempo e de custos, através da automatização das interações com as centrais de compras dos seus fornecedores.

Os ***e-Distributions*** consistem em plataformas eletrónicas concebidas para integrar as empresas com os seus distribuidores, filiais e representantes, permitindo efetuar uma variedade de tarefas, desde uma simples consulta a um catálogo eletrónico até à emissão de faturas e receção de mercadorias.

Apesar do comércio B2B já se praticar há algumas décadas, nomeadamente com a utilização da tecnologia EDI, é com o recurso às mais recentes tecnologias disponíveis que o modelo B2B tem vindo a incentivar inovadoras formas de cooperação empresarial, tornando as empresas cada vez mais competitivas e ajudando-as a enfrentar, com sucesso, os novos desafios da globalização.

---

#### 1.2.1.2. BUSINESS-TO-CONSUMER (B2C)

O segmento *Business-to-Consumer* corresponde à secção de retalho do Comércio Eletrónico e caracteriza-se pelo estabelecimento de relações comerciais eletrónicas entre as empresas e os consumidores finais. O estabelecimento deste tipo de relações pode ser mais dinâmico e mais fácil, mas também mais esporádico ou descontinuado.

Este tipo de comércio tem-se desenvolvido bastante devido ao advento da *web*, existindo já várias lojas virtuais e centros comerciais na Internet que comercializam todo o tipo de bens de consumo, tais como computadores, *software*, livros, CD's, automóveis, produtos alimentares, produtos financeiros, publicações digitais, *etc.*

Quando comparado com uma situação de compra a retalho no comércio tradicional, o consumidor tem mais informação ao seu alcance e passa por uma experiência de compra potencialmente muito mais agradável e confortável, sem prejuízo de obter, muitas vezes, um atendimento igualmente personalizado e de assegurar a rapidez na concretização do seu pedido.

---

#### 1.2.1.3. BUSINESS-TO-ADMINISTRATION (B2A)

Esta categoria do Comércio Eletrónico cobre todas as transações *on-line* realizadas entre as empresas e a Administração Pública. Esta é uma área que envolve uma grande quantidade e diversidade de serviços, designadamente nas áreas fiscal, da segurança social, do emprego, dos registos e notariado, *etc.*. Apesar de este segmento se encontrar ainda numa fase inicial de desenvolvimento, tende a aumentar rapidamente, nomeadamente com a promoção do Comércio Eletrónico na Administração Pública e com os mais recentes investimentos no *e-government*.

---

#### 1.2.1.4. CONSUMER-TO-ADMINISTRATION (C2A)

O modelo *Consumer-to-Administration* abrange todas as transações eletrónicas efetuadas entre os indivíduos e a Administração Pública. Entre as várias áreas de aplicação, salienta-se a Segurança Social (através da divulgação de informação, realização de pagamentos, *etc.*), a saúde (marcação de consultas, informação sobre doenças, pagamento de serviços de saúde, *etc.*), a educação (divulgação de informação, formação à distância, *etc.*) e os impostos (entrega das declarações, pagamentos, *etc.*).

Ambos os modelos que envolvem a Administração Pública (B2A e C2A) estão fortemente associados à ideia de modernização, agilização, transparência e qualidade do serviço público, aspetos cada vez mais realçados pela generalidade das entidades governamentais (Anacom, 2006).

---

#### 1.2.2. CRITÉRIO SISTEMÁTICO (COMÉRCIO ELETRÓNICO VS COMÉRCIO TRADICIONAL)

Desta forma, **o que distingue** o Comércio Eletrónico do comércio do estilo tradicional de comércio é, principalmente, a forma como a informação é trocada e processada entre as partes intervenientes. No caso do Comércio Eletrónico, em vez de existir um contacto pessoal direto

entre ambas as partes, a informação é transmitida através de uma rede digital ou de outro qualquer canal eletrónico.

### **Processo Comercial**

Sendo um processo comercial constituído, basicamente, por **seis etapas** (desde a fase da recolha de informação até à fase da entrega dos produtos ou serviços adquiridos)<sup>1</sup>, sabemos que basta chegar à fase do processo em que se dá o compromisso de negócio para se estar perante a consumação de comércio. Daí que, possamos concluir que, uma vez o compromisso entre as partes seja estabelecido por via eletrónica, também o valor envolvido na transação poderá, por sua vez, ser considerado Comércio Eletrónico.

Para mais facilmente se entender o enquadramento deste tipo de comércio, apresenta-se de seguida a Figura 2, onde se evidencia a relação que se estabelece entre as diferentes formas de comércio.

**FIGURA 2 – TIPOS DE COMÉRCIO**



Fonte: Anacom (2006; p. 16)

---

<sup>1</sup> Quando observado na perspetiva do consumidor, o processo comercial consiste nas seis fases seguintes: recolha de informação, onde o potencial comprador procura e recolhe informação acerca de um determinado produto; contacto, onde o comprador se identifica ao potencial vendedor e inicia com este uma troca de informações acerca do produto em questão; negociação, onde o comprador e o vendedor discutem as características, funcionalidades e preço do produto; compromisso, onde o comprador se compromete, perante o vendedor, a adquirir o produto; pagamento; e entrega do produto adquirido (Anacom, 2006).

Se em qualquer uma das três primeiras fases de um processo comercial – recolha de informação, contacto ou negociação – houver, em maior ou menor grau, recurso a meios eletrónicos, então, tal como consta da Figura 2, denominaremos esse tipo de comércio de **comércio assistido eletronicamente**. Já se, além disso, o próprio compromisso de negócio for também assumido por via eletrónica estaremos na presença de **Comércio Eletrónico**.

O Comércio Eletrónico incluirá, assim, o valor de todas as transações resultantes de uma ordem explícita de compra realizada através de qualquer meio eletrónico, tais como o telex, o telefone, o fax, o EFT (*Electronic Funds Transfer*), o EDI, o correio eletrónico (*e-mail*), ou, mais recentemente, a *web* (*World Wide Web*).

O seu traço distintivo reside no facto de o ato da encomenda ser feito por via eletrónica e de, por essa via, se assumir um compromisso de transferência de fundos em troca de bens ou serviços.

---

#### 1.2.3. CRITÉRIO QUANTO À FORMA – COMÉRCIO ELETRÓNICO ON-LINE E OFF-LINE

Atendendo às definições avançadas, podemos ainda identificar dois tipos de atividades distintas dentro do Comércio Eletrónico: uma direta, outra indireta.

- O **Comércio Eletrónico direto/on-line** consiste na encomenda, pagamento e entrega *on-line* de produtos (bens incorpóreos) ou serviços. Este tipo de Comércio Eletrónico permite a existência de transações eletrónicas sem quaisquer interrupções ou barreiras geográficas, permitindo dessa forma explorar todo o potencial dos mercados eletrónicos mundiais.
- O **Comércio Eletrónico indireto/off-line** consiste na encomenda eletrónica de produtos que, pela sua natureza tangível (bens corpóreos), continuam a ter de ser entregues fisicamente, utilizando para esse efeito os tradicionais canais de distribuição. Ao contrário da atividade direta, o Comércio Eletrónico indireto não permite explorar todo o potencial dos mercados eletrónicos mundiais, sendo que, para retirar um maior benefício das suas



vantagens, será necessária a existência de canais internacionais de distribuição eficientes e em número suficiente para assegurar a entrega desses produtos.

### 1.3. BREVE EVOLUÇÃO HISTÓRICA

O Comércio Eletrónico evoluiu historicamente da Transferência Eletrónica de Fundos (TEF), ou seja, a transferência de pagamentos entre entidades que podem ser instituições financeiras, ou mesmo estabelecimentos comerciais (por exemplo o pagamento por Multibanco através de um terminal especializado) que se iniciou na década de 70 e ainda hoje se utiliza.

A TEF funciona essencialmente sobre redes privadas de comunicação com regras de seguranças bem definidas, e específicas para este tipo de trocas de informação, e constitui uma das formas mais simples de Comércio Eletrónico, mas muito importante no seu contexto de intervenção.

Na verdade, já desde inícios dos anos 70 que as empresas começaram a adotar o Comércio Eletrónico.

Durante essa década, os mercados financeiros assistiram às primeiras mudanças resultantes da introdução de uma das mais elementares formas de Comércio Eletrónico – o serviço EFT (*Electronic Funds Transfer*) – que consistia na realização de transferências eletrónicas de fundos entre bancos, que funcionavam com a segurança das redes privadas. Com a utilização deste serviço, conseguiu-se otimizar os pagamentos eletrónicos através da troca eletrónica de informação entre as instituições financeiras.

Entre os anos 70 e inícios dos anos 80, o Comércio Eletrónico difundiu-se pelas empresas na forma de mensagens eletrónicas por meio do EDI e do correio eletrónico, sendo a principal diferença entre ambos o facto do EDI se tratar da transferências de dados estruturados (transferência de informação “de aplicação para aplicação”), enquanto o correio eletrónico se relaciona com a transferência de dados não estruturados (transferência de informação “de pessoa para pessoa”).

A grande vantagem das “mensagens eletrónicas”, e em particular do EDI, seria a redução dos processos de gestão, eliminando circuitos de documentos e aumentando a automatização dos processos.

O EDI, trata-se na verdade da substituição do papel como suporte dos documentos relativas a atividades comerciais e/ou administrativas por documentos em formato digital.

Desta forma, as encomendas de uma empresa em vez de serem impressas e enviadas por correio, ou fax, aos seus fornecedores, podem ser estruturadas de acordo com normas internacionais, e transmitidas eletronicamente através de uma rede de comunicação de dados.

O fornecedor, por seu lado, ao receber essas encomendas eletrónicas normalizadas na sua aplicação, poderá tratá-las diretamente, e confirmar imediatamente as datas de entrega e outras condições através de uma resposta eletrónica, também normalizada, a esta encomenda.

Após a entrega o fornecedor poderá enviar a esse cliente uma fatura eletrónica normalizada que poderá ser tratada diretamente pela aplicação desse cliente.

As grandes vantagens do EDI serão:

- Redução dos tempos de processamento de documentos devido ao conjunto de procedimentos automáticos envolvidos,
- Como consequência do ponto anterior redução dos custos administrativos, dado que este processo de geração/transmissão/receção de documentos informáticos, através do EDI, se faz sem intervenção humana,
- Maior qualidade da informação tratada na medida em que haverá menos erros,
- Maior capacidade de resposta das empresas aos seus clientes.

Em meados da década de 80, um tipo completamente diferente de tecnologia de Comércio Eletrónico começou a ser adotado pelos consumidores, na forma de serviços *on-line*, que forneciam um novo estilo de interação social (IRC – *Internet Relay Chat*) e partilha do conhecimento (novos grupos de discussão e o FTP – *File Transfer Protocol*). Nomeadamente, com o FTP passou a ser possível transferir ficheiros entre computadores, mesmo que tivessem sistemas operativos distintos.

A Internet veio, no entanto, colocar a necessidade de criação de standards que se terão que estabelecer entre os vários fornecedores destas tecnologias em termos de integridade, confidencialidade e assinatura digital/eletrónica.

Até ao momento de criação da *web*, o Comércio Eletrónico registava um crescimento discreto, sendo um fenómeno praticamente desconhecido para a generalidade da população. De facto, a maioria das pessoas apenas se apercebeu da sua existência através do uso dos cartões de crédito e de débito. No entanto, com o surgir da *Web*/Internet, na primeira metade dos anos 90, os serviços eletrónicos começaram a proliferar em todo o Mundo.

Ainda assim, apesar de só a partir dessa data se ter assistido à emergência de um vasto conjunto de aplicações comerciais via Internet, não devemos negligenciar o mais longo historial do Comércio Eletrónico na comunidade empresarial.

Finalmente, em finais dos anos 80 e inícios da década de 90, as tecnologias de mensagem eletrónica tornaram-se uma parte integral das transações ou sistemas colaborativos em rede. Todavia, tal como já se referiu, é nos anos 90, com a chegada da *web*, que se assiste a uma grande mudança no Comércio Eletrónico, através de uma mais fácil utilização de soluções tecnológicas cada vez mais sofisticadas, no que toca aos problemas da publicação e difusão de informação e da realização do comércio através das mais variadas formas.

Se as primeiras e mais elementares formas de Comércio Eletrónico remontam mesmo à utilização de tecnologias como o telex e o telefone, abarcam, também, mais recentemente, as máquinas de fax, máquinas ATM (*Automatic Teller Machine*), pontos de venda POS (do inglês, *Point of Sale*) ligados aos bancos, ou a troca de *e-mails* entre computadores.

Contudo, entre as formas de Comércio Eletrónico que antecederam o uso da *Web*/Internet (também designadas de Comércio Eletrónico tradicional), destaca-se, como modelo mais elaborado, os sistemas desenvolvidos com base na tecnologia EDI (*Electronic Data Interchange*).

Como já foi exposto, esta tecnologia remonta aos anos 70 e surgiu por influência dos grandes grupos económicos que atuavam em sectores com elevados volumes de procura, tais como as indústrias automóvel e alimentar.

Funcionando como uma forma estruturada de trocar dados entre as empresas (dados associados a documentos, tais como notas de encomendas, faturas, guias de remessa, ordens de

pagamento, etc.), o EDI permitiu às empresas automatizar os seus procedimentos de compra, por exemplo, ligando os grandes retalhistas aos seus fornecedores, limitando assim o recurso ao papel e permitindo automatizar a gestão dos *stocks*.

Apesar destas vantagens, o EDI tinha várias características que, geralmente, o confinavam às grandes empresas e grupos económicos. Entre elas, a mais significativa era a necessidade de instalar redes de comunicação privadas entre as partes intervenientes, tendencialmente bastante dispendiosas. Além disso, o EDI operava de uma forma relativamente rígida, não permitindo grandes oportunidades para discussão ou negociação entre as empresas envolvidas.

O advento da Internet nos anos 90 veio, então, dar origem a um novo paradigma para o mundo dos negócios. Para as empresas, a Internet traduziu-se em alterações muito mais profundas e fundamentais do que as alcançadas com o EDI (até então, o sistema de Comércio Eletrónico mais elaborado e difundido no meio empresarial).

Funcionando como uma rede global, a Internet associa à vantagem de ser universal, o facto de apresentar baixos custos de acesso e funcionamento, facilidade de uso, flexibilidade e interatividade.

Na esmagadora maioria dos casos, a Internet veio possibilitar que as partes envolvidas nos processos comerciais passassem a poder encontrar-se e negociar de forma mais eficiente, criando novos mercados e oportunidades para a reorganização dos processos económicos. A Internet mudou também a forma como os produtos e serviços passaram a ser encomendados, distribuídos e transacionados, e como as empresas e consumidores passaram a procurar e adquirir os seus produtos.

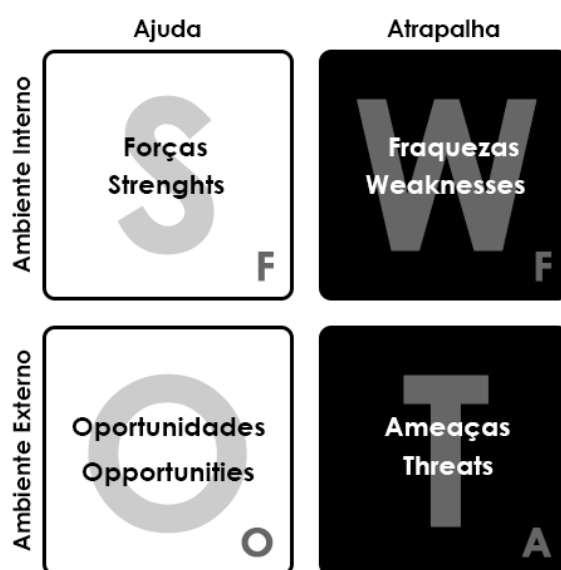
#### 1.4. ANÁLISE SWOT DO COMÉRCIO ELETRÓNICO

Vamos proceder a uma Análise *SWOT* do Comércio Eletrónico. Mais concretamente, vamos tentar enumerar e discutir as principais Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças (*SWOT – Strengths, Weakness, Opportunities and Threats*) suscitadas pelo Comércio Eletrónico como esquematizado na Figura 3.

**“Concentre-se nos pontos fortes, reconheça as fraquezas, agarre as oportunidades e proteja-se contra as ameaças”**

*Sun Tzu, 500 a.C.*

**FIGURA 3 – ANÁLISE SWOT/FOFA**



*Fonte: Corrêa (2007, p.1)*

#### 1.4.1. FORÇAS

Entre as forças associadas ao Comércio Eletrónico, destacam-se o facto de se poder atingir um mercado à escala global (sem que isso implique, necessariamente, um grande esforço financeiro) e a possibilidade de se desenvolver serviços focados nos consumidores finais. Como consequência, na maior parte dos casos, pode-se aligeirar, ou até mesmo eliminar, a cadeia de distribuição dos produtos. Enumeremos, então, as principais forças associadas ao Comércio Eletrónico:

- **Mercado global:** os limites deste tipo de comércio não são definidos geograficamente, mas antes pela cobertura das redes informáticas, o que permite aos consumidores proceder a uma escolha global (obter informação e comparar as ofertas de todos os potenciais fornecedores, independentemente das suas localizações);
- **Ênfase no consumidor final/personalização dos produtos e serviços:** com a interação eletrónica, os fornecedores conseguem recolher informação sobre os gostos e necessidades dos potenciais clientes, permitindo dessa forma oferecer produtos e serviços que se adequem às preferências individuais do mercado-alvo;
- **Aumento da produtividade/competitividade/qualidade:** o Comércio Eletrónico permite aos fornecedores colocarem-se “mais próximos” dos clientes, traduzindo-se em ganhos de produtividade e competitividade para as empresas; como consequência, o consumidor sai beneficiado com a melhoria na qualidade do serviço, resultante da maior proximidade e de um suporte pré e pós-venda mais eficiente;
- **Serviços permanentemente operacionais (*from anywhere, at anytime*):** com as novas formas de Comércio Eletrónico, os consumidores passam a dispor de lojas virtuais abertas 24 horas por dia;
- **Aligeirar cadeias de distribuição:** o Comércio Eletrónico pode permitir uma mais eficiente distribuição direta dos produtos pelos consumidores finais (evitando os tradicionais importadores, grossistas e retalhistas), tanto em termos de custos, como em termos de rapidez no serviço; esta característica será ainda mais vantajosa quando se tratar de artigos passíveis de entrega eletrónica, caso em que a cadeia de distribuição poderá ser eliminada por completo; e
- **Redução de custos:** quanto mais rotineiro for um determinado processo comercial, maior será a probabilidade do seu desenvolvimento eletrónico ser coroado de êxito, resultando numa significativa redução dos custos de transação e, logicamente, dos preços praticados aos clientes.

Como consequência de todos estes aspetos (que, em maior ou menor grau, estão inter-relacionados), as empresas beneficiarão de um significativo aumento das oportunidades e de um reforço da sua competitividade, o que implicará, igualmente, ganhos ao nível dos consumidores, nomeadamente com a melhoria da qualidade e redução dos preços dos produtos e serviços disponibilizados (Anacom, 2006).

#### 1.4.2. FRAQUEZAS

Entre as possíveis fraquezas associadas ao Comércio Eletrónico, podemos destacar:

- **Dependência das TIC:** maior dependência das organizações face às tecnologias da informação e da comunicação;
- **Infraestruturas de comunicação deficientes ou mal dimensionadas:** possível existência de deficientes infraestruturas de comunicação e processamento de dados, nomeadamente ao nível da largura de banda e capacidade computacional no acesso a determinados servidores;
- **Elevado custo das telecomunicações:** permanência de elevados custos das telecomunicações, nomeadamente nos países onde existem situações de monopólio (legal ou efetivo) dos operadores de telecomunicações; neste sentido, torna-se necessária a intervenção das entidades reguladoras por forma a permitir a existência de uma concorrência saudável; e
- **Quadro legislativo Insuficiente:** insuficiência de legislação que regule adequadamente as novas atividades do Comércio Eletrónico, quer ao nível nacional, quer ao nível internacional.

Se as anteriores são debilidades intrínsecas ao Comércio Eletrónico, podem também ser enumeradas algumas das suas limitações e fraquezas relativas, quando comparado com as formas tradicionais de comércio:

- **Cultura de mercado avessa às formas eletrónicas de comércio:** por exemplo, o facto de os potenciais clientes não poderem tocar ou experimentar os produtos, tal como acontece nas lojas convencionais, poderá ser um impedimento à sua aceitação; e
- **Desvantagem de uma excessiva interação com os clientes:** quando levada ao extremo, a interação com os clientes (vista como uma das grandes vantagens do Comércio Eletrónico) pode revelar-se bastante negativa; por exemplo, lidar diariamente com três mil mensagens eletrónicas exigirá uma reação muito mais rápida por parte das empresas, pois um problema não resolvido levará a um cliente insatisfeito (Anacom, 2006).

---

#### 1.4.3. OPORTUNIDADES

São muitas as oportunidades que surgem com o Comércio Eletrónico na Internet.

De um modo geral, deverão surgir novas empresas, novos serviços (por exemplo, no fornecimento e suporte de redes informáticas, serviços de diretoria e de contacto e todo o tipo de informação *on-line*), novos modelos de negócio (assim como a emergência de novos processos de negócio a partir de empresas tradicionais), novas organizações virtuais, redes de empresas distribuídas geograficamente, *etc.*

Estas oportunidades podem ainda ser apresentadas segundo os agentes e realidades a que dizem respeito:

- **Empresas:** possibilidade de se atingir, mais facilmente, novos e alargados mercados; exigência de novas aplicações, serviços e desafios tecnológicos; menor burocracia nas relações com a Administração Pública;
- **Instituições Financeiras:** novos tipos de transações comerciais e serviços centrados nos clientes;
- **Administração Pública:** maior agilidade, transparência e eficiência, assim como uma maior proximidade dos cidadãos e das empresas;
- **Ensino:** novas formas de ensino e aprendizagem, suportadas por plataformas de *e-learning*; e
- **Empregados/Empresas:** desenvolvimento do trabalho à distância e trabalho domiciliário (Anacom, 2006).

---

#### 1.4.4. AMEAÇAS

Um dos fatores que pode ameaçar a emergência do Comércio Eletrónico é a falta de consciencialização para o mesmo. Ou seja, existe o perigo de muitas empresas (nomeadamente as PME's) ficarem para trás e em situação de desvantagem, simplesmente por desconhcerem as possibilidades e oportunidades proporcionadas por este novo tipo de comércio. Torna-se, portanto, urgente consciencializar a sociedade em geral, e o mundo empresarial em particular,



dos benefícios do Comércio Eletrónico, divulgar exemplos da sua aplicação, bem como providenciar educação e formação adequada.

Outra grande ameaça consiste em deixar de fora uma percentagem significativa da população ou do tecido empresarial deste novo modelo socioeconómico, quer por falta de infraestruturas de comunicação e computação adequadas e a baixo custo, quer por insuficiente formação e educação, quer, ainda, por falta de recursos financeiros para sustentar este movimento.

A outros níveis, podem também considerar-se ameaças à intensificação deste processo evolutivo, a perda de privacidade dos utilizadores, a perda de identidade cultural e económica das regiões e países, ou a insegurança na realização das transações comerciais.

Para ultrapassar estas limitações, o Comércio Eletrónico requer mecanismos efetivos e de confiança para garantir a privacidade e a segurança das transações.

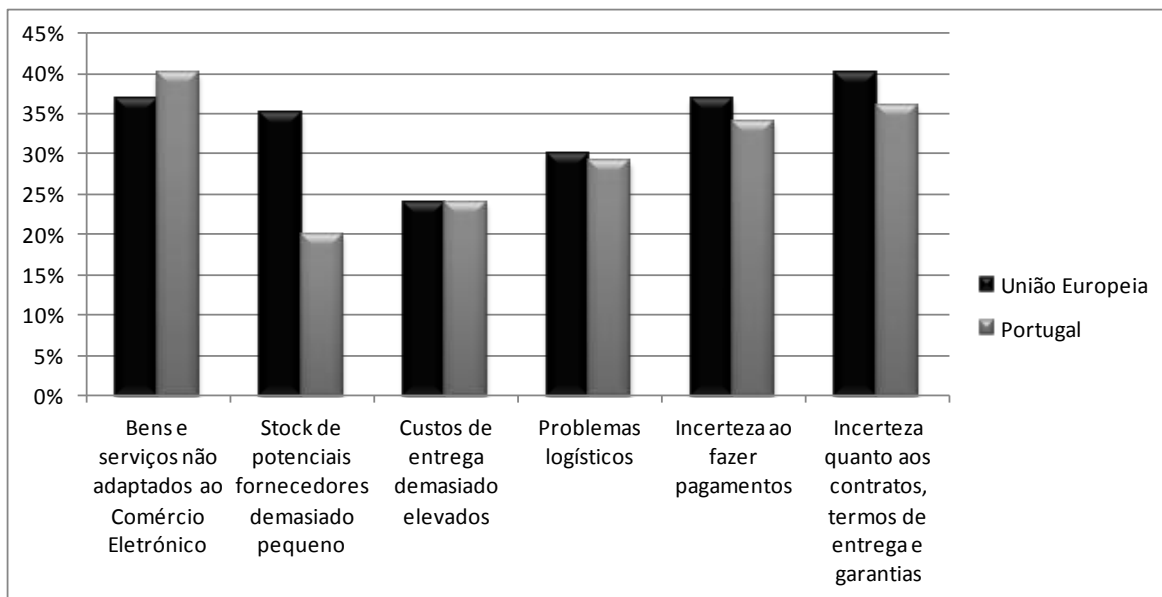
Estes mecanismos devem suportar a confidencialidade e a autenticação, ou seja, devem permitir que as partes envolvidas numa determinada transação eletrónica se certifiquem da identidade uma da outra. Tal como os mecanismos de privacidade e segurança reconhecidos dependem da certificação, por parte de uma terceira entidade (por exemplo, governamental), também o Comércio Eletrónico, para ser global, necessitará do estabelecimento de um sistema de certificação credível (Anacom, 2006).

## 1.5. PERCEÇÃO DAS BARREIRAS E BENEFÍCIOS DO COMÉRCIO ELETRÓNICO

Os dados do Eurostat acerca dos problemas e barreiras do Comércio Eletrónico confirmam a falta de confiança depositada nos mercados eletrónicos pela generalidade das empresas europeias. De acordo com os resultados do inquérito levado a cabo pelo Eurostat, as empresas dos Estados-Membros da UE citam as incertezas nas condições mediante as quais as transações têm lugar como as principais barreiras ao uso das compras eletrónicas. Assim, como podemos verificar no Gráfico 1, cerca de 40% das empresas europeias referem a incerteza quanto aos contratos, termos de entrega e garantias como sendo fatores de grande importância,

seguidos da incerteza na realização dos pagamentos (37%). Os custos de entrega são apontados como a barreira menos importante, citada apenas por 24% das empresas.

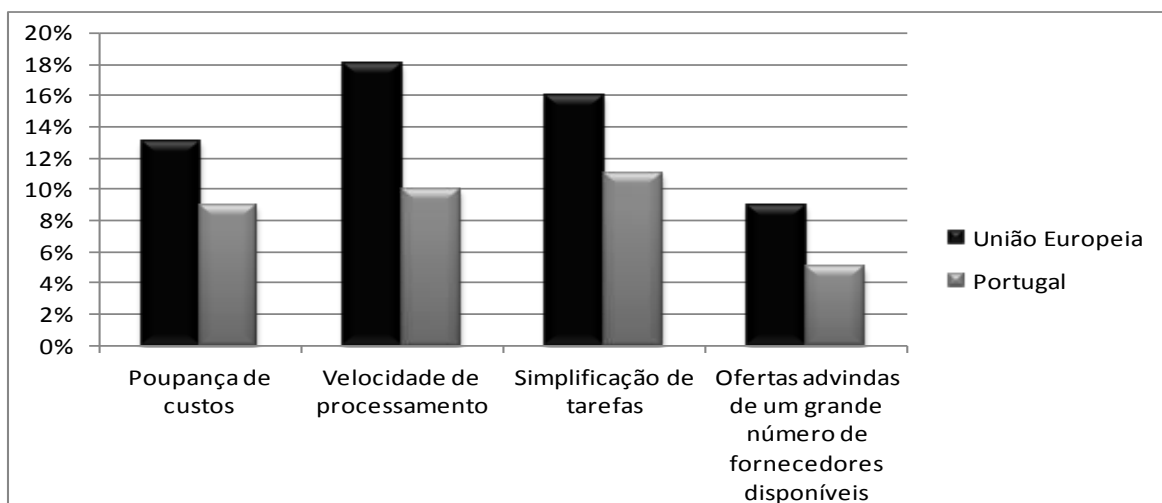
**GRÁFICO 1 – PERCEÇÃO DAS BARREIRAS ÀS COMPRAS ELETRÓNICAS EM PORTUGAL E NA UE (% DE EMPRESAS)<sup>2</sup>**



*Fonte: Eurostat (2002, p. 4)*

No que respeita às empresas portuguesas (Gráfico 1), estas tendem a dar bastante importância ao facto de certos bens e serviços pretendidos não poderem ser adquiridos *on-line* (40% das empresas), em linha com as preocupações de 37% das empresas europeias inquiridas. Contudo, a diferença mais notória entre as empresas portuguesas e europeias está nas referências ao facto do *stock* de fornecedores ser demasiado pequeno. Enquanto cerca de 35% das empresas europeias citam este aspeto como constituindo uma importante barreira à realização de compras *on-line*, as empresas portuguesas revelam estar menos preocupadas com o encontrar, ou não, suficientes fornecedores, sendo citado por apenas 20% das empresas.

<sup>2</sup> Na UE estão incluídos todos os Estados Membros, exceto a DIN, HOL, FIN e SUE

**GRÁFICO 2 – PERCEÇÃO DOS BENEFÍCIOS DAS COMPRAS ELETRÓNICAS EM PORTUGAL E NA UE (% DE EMPRESAS)<sup>3</sup>**

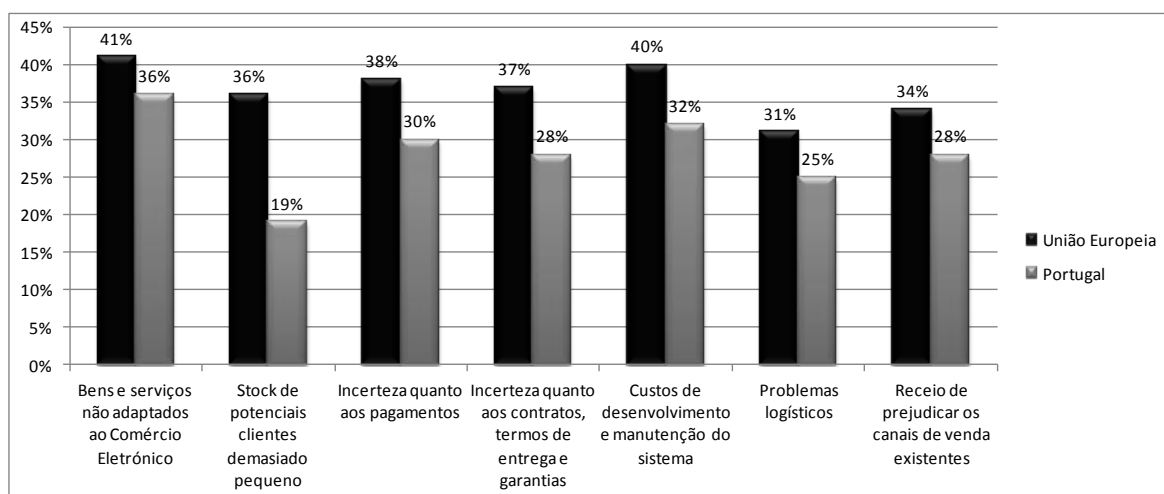
*Fonte: Eurostat (2002, p. 4)*

Do lado dos benefícios (Gráfico 2), tanto as empresas portuguesas como as europeias referem a velocidade de processamento e a simplificação de tarefas como correspondendo às maiores vantagens da realização de compras eletrónicas.

O benefício da simplificação de tarefas recolhe a referência de 11% das empresas portuguesas e de 16% das empresas da UE, enquanto a maior velocidade de processamento foi referida por cerca de 10% das empresas portuguesas e por 18% das europeias.

De notar, ainda, o facto da poupança de custos também ser dos aspetos mais citados pelas empresas europeias (13%) e portuguesas (9%) reconhecendo-se que, embora de forma indireta, também pode haver lugar à poupança de custos através dos outros benefícios citados.

<sup>3</sup> Na UE estão incluídos todos os Estados Membros, exceto a DIN, HOL, FIN e SUE.

**GRÁFICO 3 – PERCEÇÃO DAS BARREIRAS ÀS VENDAS ELETRÓNICAS EM PORTUGAL E NA UE (% DE EMPRESAS)<sup>4</sup>**

*Fonte: Eurostat (2002, p. 6)*

Em contraste com as barreiras e problemas atribuídos às compras *on-line*, e para além da referência à inadequação dos produtos ao meio eletrónico (citado por 41% das empresas europeias e por 36% das portuguesas), a questão dos custos surge como uma das principais preocupações das empresas no que se refere às vendas eletrónicas, como podemos verificar através do Gráfico 3. Cerca de 40% das empresas europeias, e 32% das portuguesas, consideram que os custos de desenvolvimento e manutenção dos sistemas de Comércio Eletrónico representam uma grande barreira para que possam vender *on-line*. As incertezas quanto às formas de pagamento e quanto aos contratos, termos de entrega e garantias também são das barreiras às vendas eletrónicas mais citadas pela generalidade das empresas.

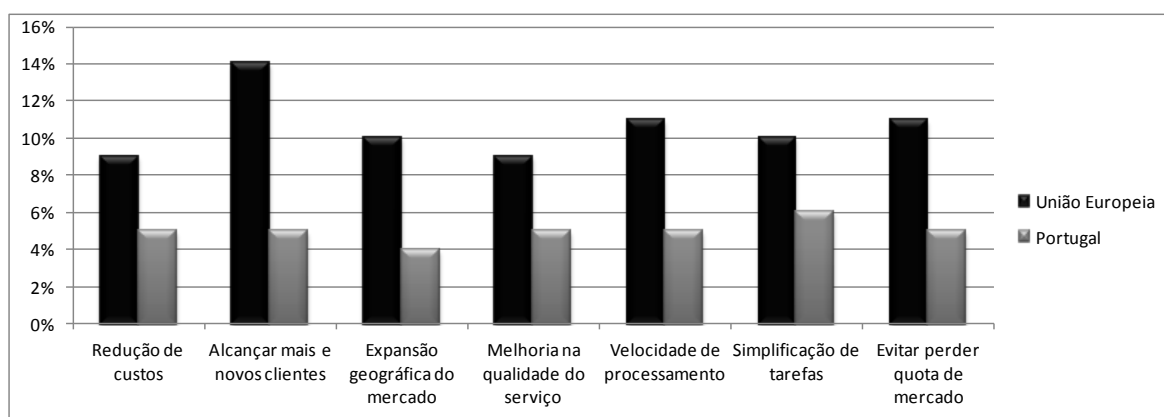
A principal diferença entre as empresas em Portugal e nos Estados-Membros da UE continua a ser relativamente ao *stock* de potenciais partes interessadas no negócio. Enquanto na Europa é atribuída muita importância a este aspeto, com cerca de 36% das empresas a referirem o facto do número de potenciais clientes poder ser demasiado pequeno, em Portugal este só é citado por 19% das empresas.

No que se refere aos benefícios associados às vendas eletrónicas (Gráfico 4), destaque para a importância atribuída pelas empresas europeias às questões relacionadas com as quotas

<sup>4</sup> Na UE estão incluídos todos os Estados Membros, exceto a HOL.

de mercado, onde cerca de 14% das empresas citam o facto das vendas *on-line* servirem para alcançar novos clientes e 11% aludirem ao facto de esta estratégia também servir para evitar perder quota de mercado. No caso português não existem grandes discrepâncias entre os benefícios citados, sendo contudo a simplificação de tarefas novamente o benefício mais referido, com cerca de 6% das empresas.

**GRÁFICO 4 – PERCEÇÃO DOS BENEFÍCIOS DAS VENDAS ELETRÓNICAS EM PORTUGAL E NA UE (% DE EMPRESAS)<sup>5</sup>**



*Fonte: Eurostat (2002, p. 6)*

#### 1.5.1. PRINCIPAIS VANTAGENS E DESVANTAGENS INERENTES AO USO DO COMÉRCIO ELETRÓNICO

Através da Figura 4, pretendemos fazer um resumo das principais vantagens e desvantagens do uso do Comércio Eletrónico.

<sup>5</sup> Na UE estão incluídos todos os Estados Membros, exceto a DIN e HOL.

**FIGURA 4** – PRINCIPAIS VANTAGENS E DESVANTAGENS INERENTES AO USO DO COMÉRCIO ELETRÓNICO

Vantagens	Desvantagens
<b>Para as Organizações</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Insuficiência de segurança nos sistemas, fiabilidade, normas e protocolos de comunicação;</li> <li>☒ Largura de banda de telecomunicações insuficiente;</li> <li>☒ As ferramentas de desenvolvimento de <i>software</i> estão ainda em fase de desenvolvimento e rápida evolução;</li> <li>☒ Dificuldades na integração da Internet e software de Comércio Eletrónico com algumas aplicações existentes e bases de dados;</li> <li>☒ Necessidade de servidores especiais de web e outras infraestruturas, além dos servidores de redes (custo adicional);</li> <li>☒ Problemas de incompatibilidade;</li> <li>☒ Custo e justificação;</li> <li>☒ Segurança e Privacidade;</li> <li>☒ A ausência da possibilidade de se poder tocar no produto escolhido (por exemplo, roupa);</li> <li>☒ Falta de serviços de apoio;</li> <li>☒ Número insuficiente de compradores e vendedores;</li> <li>☒ Quebras de relacionamento humano;</li> <li>☒ Acesso raro ou inconveniente à Internet.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ O Comércio Eletrónico expande o espaço de mercado para mercados nacionais e internacionais;</li> <li>☑ Diminui o custo de criar, processar, distribuir, armazenar e procurar informação com base em papel;</li> <li>☑ Reduz o tempo entre o delinear do capital e a receção de produtos e serviços;</li> <li>☑ Suporta os esforços de reengenharia dos processos de negócio;</li> <li>☑ Diminui o custo de telecomunicações.</li> </ul>	
<b>Para os Consumidores</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Permite aos consumidores comprar ou fazer outras transações 24 horas por dia;</li> <li>☑ Disponibiliza os produtos e serviços mais baratos e a possibilidade de comprar em muitos locais e efetuar comparações rápidas;</li> <li>☑ Permite entregas rápidas de produtos e serviços especialmente com produtos digitalizados.</li> </ul>	
<b>Para a Sociedade</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Permite que mais pessoas trabalhem em casa e tenham de sair menos para efetuar as suas compras;</li> <li>☑ Permite que as pessoas em países distantes e com menos recursos disponham de produtos e serviços que, de outra forma não estariam ao seu alcance.</li> </ul>	

*Fonte: Adaptado de Anacom (2006, pp. 6-8)*

## 1.6. UTILIZAÇÃO DA INTERNET E DO COMÉRCIO ELETRÓNICO

De acordo com um inquérito sobre a Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação nas empresas, realizado pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), em 2012, 91% das empresas com 10 ou mais pessoas ao serviço utilizaram as Internet através de banda larga e 51% dispõem de ligação móvel; 94% interagem com entidades públicas; 53% efetuam troca automática de informação; e 24% realizaram Comércio Eletrónico no ano anterior.

Em 2012, 98% das empresas com 10 ou mais pessoas ao serviço utilizaram computador; 95% têm acesso à Internet; 91% utilizaram a Internet através de banda larga; 51% efetuam troca automática de informação e 24% realizaram Comércio Eletrónico no ano anterior (Tabela 1).

**TABELA 1** – TIC NAS EMPRESAS COM 10 OU MAIS PESSOAS AO SERVIÇO, EM 2012, TOTAL E POR DIMENSÃO DAS EMPRESAS

Tecnologias	Pessoas ao serviço			
	Total	10 a 49	50 a 249	250 e mais
Utilização de computador	98.1	97.8	100.0	100.0
Acesso à Internet	95.4	94.7	100.0	100.0
Banda larga	91.1	90.1	97.1	99.7
Posse de website (página ou website)	51.8	47.2	76.2	96.1
Troca automática de informação	53.1	50.1	69.2	83.0
Equipamento portátil	34.9	30.0	60.7	84.8
Comércio Eletrónico <sup>6</sup>	23.6	21.2	35.8	50.6
Interação com entidade públicas	94.1	93.1	99.5	100.0

*Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2012a, p. 1)*

<sup>6</sup> Comércio Eletrónico não inclui o sector financeiro.

A utilização destas tecnologias varia na razão direta da dimensão das empresa enquanto medida pelo emprego<sup>7</sup>.

A totalidade das grandes e médias empresas (250 e mais pessoas ao serviço; 50 a 249 pessoas ao serviço) utilizam computador, têm acesso à Internet e, no ano anterior, interagiram com entidades públicas pela Internet.

Para as pequenas empresas (10 a 49 pessoas ao serviço) as proporções são de 98% para utilização de computador, 95% no acesso à Internet e 93% na interação com entidades públicas pela Internet.

Por outro lado, 52% do total de empresas com 10 e mais pessoas ao serviço afirmam ter presença na Internet, valor que é de 47% para as pequenas empresas. Este valor contrasta com o das médias e grandes empresas em que a proporção é de respetivamente 76% e 96%.

---

#### 1.6.1. COMÉRCIO ELETRÓNICO

A crescente utilização das novas tecnologias de informação quer na esfera pessoal quer na esfera empresarial veio alterar antigos hábitos de consumo, observando-se o recurso a formas alternativas de comércio nomeadamente à distância, ou seja, o Comércio Eletrónico.

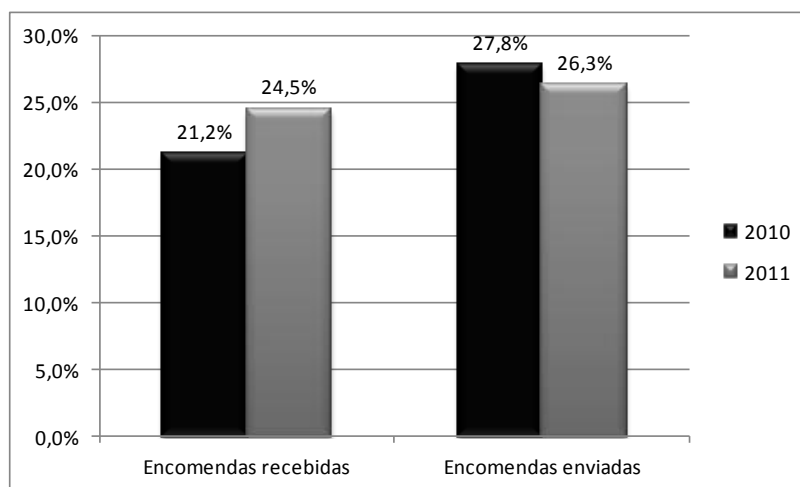
De acordo com o Inquérito à Utilização das Tecnologias da Informação e da Comunicação das empresas (Gráfico 5), em 2011 cerca de um quarto das empresas com 10 ou mais pessoas ao serviço dedicadas ao comércio (24,5%) recebeu encomendas por redes eletrónicas (site ou intercâmbio de dados). Já a proporção destas empresas que efetuaram encomendas por esta via foi ligeiramente superior (26,3%), notando-se, contudo uma diminuição face a 2010.

Refira-se ainda que, em termos de volume de negócios, o Comércio Eletrónico contribuiu em 14,9% para o montante global gerado pelas empresas de comércio com 10 ou mais pessoas ao serviço em 2011, mais 2,7 p.p. do que em 2010.

---

<sup>7</sup> Para efeitos de comparabilidade internacional adotaram-se as classes de dimensão de pessoal ao serviço consideradas pela Eurostat para a dimensão de pequenas, médias e grandes empresas.



**GRÁFICO 5 – PROPORÇÃO DE EMPRESAS DE COMÉRCIO<sup>8</sup> QUE REALIZARAM COMÉRCIO ELETRÓNICO – 2010 E 2011**

*Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2012b, p. 22)*

A troca de informação, realizada num formato que permite o seu processamento automático, i.e. sem necessidade de intervenção manual, ocorre em 53% das empresas com 10 e mais pessoas ao serviço (Tabela 2).

<sup>8</sup> Empresas com 10 ou mais trabalhadores

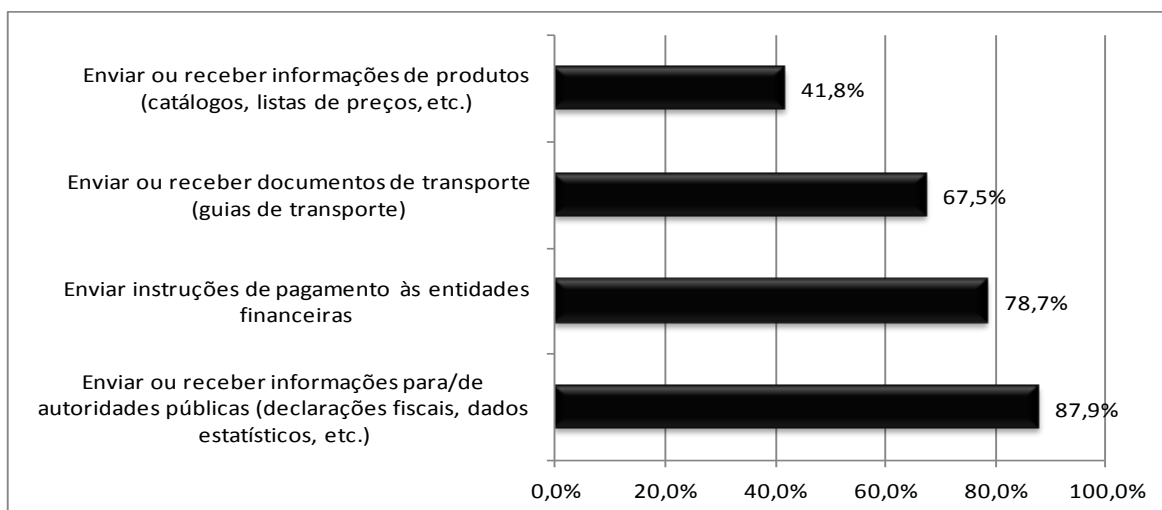
**TABELA 2** – EMPRESAS QUE EFETUARAM TROCA AUTOMÁTICA DE INFORMAÇÃO EM 2012, TOTAL E POR ATIVIDADE ECONÓMICA CAE-REV3 (%)

<b>Atividade Económica</b>	
<b>Total</b>	<b>53.1</b>
C – Industrias transformadoras	51.1
D-E – Eletricidade, gás vapor, água quente e fria e ar frio. Captação, tratamento e distribuição de água; saneamento, gestão de resíduos e despoluição	66.1
F – Construção	52.5
G – Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos	54.8
H – Transportes e armazenagem	55.6
I – Alojamento, restauração e similares	38.1
J – Atividade de informação e de comunicação	74.7
K – Atividades financeiras e de seguros	82.7
L – Atividades imobiliárias	72.9
M – Atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares	62.1
N – Atividades administrativas e dos serviços de apoio	58.2
S – Outras atividades de serviços	69.0

*Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2012a, p. 6)*

Em termos de atividade económica a troca de informação é mais utilizada pelas empresas de “Atividades financeiras e de seguros” (83%) e de “Atividades de informação e de comunicação” (75%), como observamos através da Tabela 2.

A dimensão da empresa é também um fator importante, demonstrando que quanto maior o número de pessoas ao serviço da empresas, maior a utilização da troca automática da informação: 83% das empresas com mais de 250 pessoas ao serviço; 69% das médias empresas e 50% das pequenas empresas utilizaram esta funcionalidade, como verificámos anteriormente na Tabela 1.

**GRÁFICO 6 – FINALIDADES DA TROCA AUTOMÁTICA DE INFORMAÇÃO EM 2012 (%)**

*Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2012a, p. 6)*

Para as empresas que efetuam troca automática de informação (Gráfico 6), a maior parte (88%) tem como propósito a troca de informação com autoridades públicas; 78% utilizam esta funcionalidade para enviar instruções de pagamento a instituições financeiras; 68% enviam ou recebem informação sobre produtos. Por outro lado, a troca automática da informação é uma funcionalidade utilizada por 40% das empresas na receção de documentos de transporte.

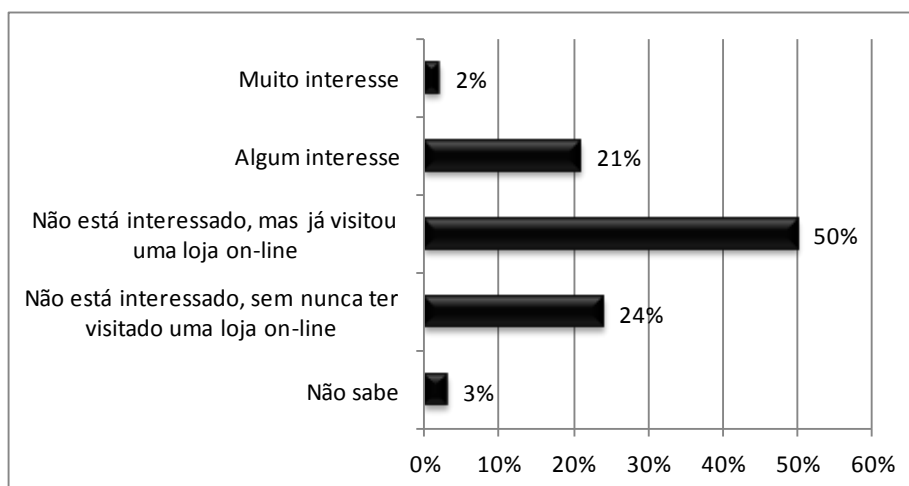
### 1.7. ATITUDE FACE À POTENCIAL REALIZAÇÃO DE COMÉRCIO ELETRÓNICO

Um aspeto também interessante de analisar diz respeito à sensibilidade dos internautas que ainda não adotaram o Comércio Eletrónico, face à potencial realização de compras de produtos ou serviços na Internet. Tal como vimos, este universo (utilizadores de Internet que não compram *on-line*) corresponde a cerca de 28% da população portuguesa.

Segundo resultados publicados pela IDC em finais de 2002 (Gráfico 7), entre os utilizadores de Internet que manifestam interesse perante a potencial realização de compras eletrónicas (cerca de 23% dos internautas), apenas 2% demonstra estar bastante interessado em adotar o Comércio Eletrónico. Além disso, apesar de 32,4% dos internautas portugueses que não

manifestam interesse em realizar compras eletrónicas nunca terem visitado uma loja virtual, grande parte desses internautas (cerca de 67,6%) manifesta o seu desinteresse tendo já passado pela experiência de visitar uma, ou mais, plataformas de Comércio Eletrónico.

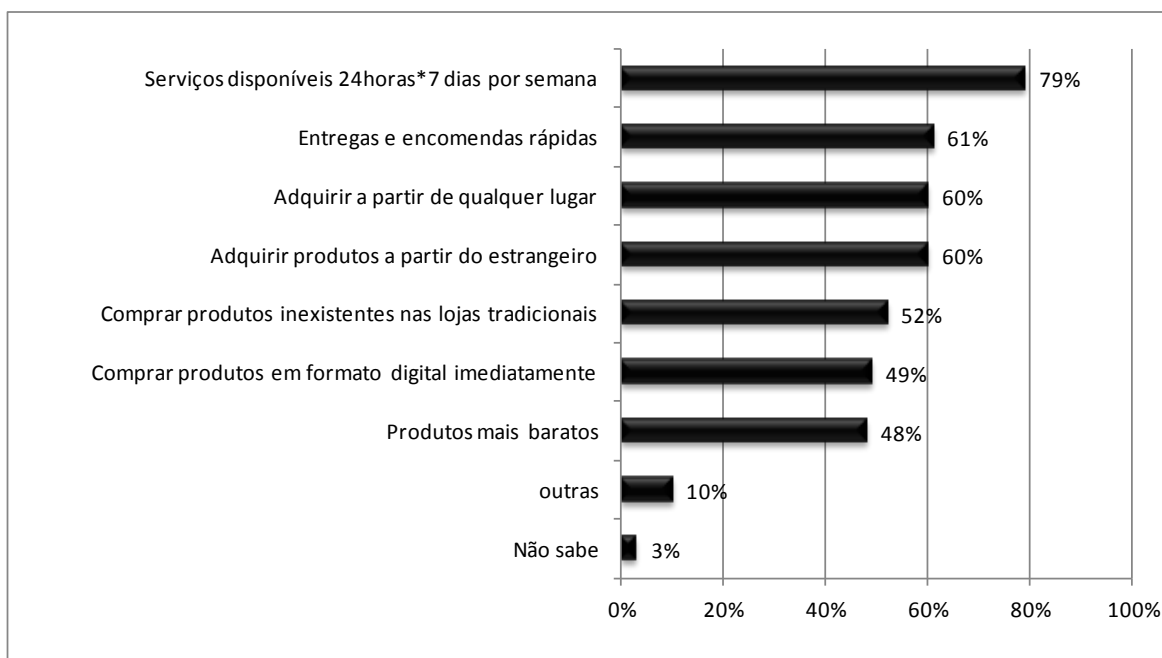
**GRÁFICO 7 – INTERESSE PERANTE A POTENCIAL REALIZAÇÃO DE COMPRAS NA INTERNET (EM %)**



*Fonte: Anacom (2006, p.58)*

Estes resultados mostram-nos que, apesar do crescente número de utilizadores de Internet que têm vindo a adotar o Comércio Eletrónico, e da existência de cada vez mais iniciativas, nacionais e internacionais, tendo em vista o seu desenvolvimento e melhoria ao nível da segurança e privacidade, ainda não estão, aparentemente, reunidas as melhores condições para uma adoção em massa do Comércio Eletrónico.

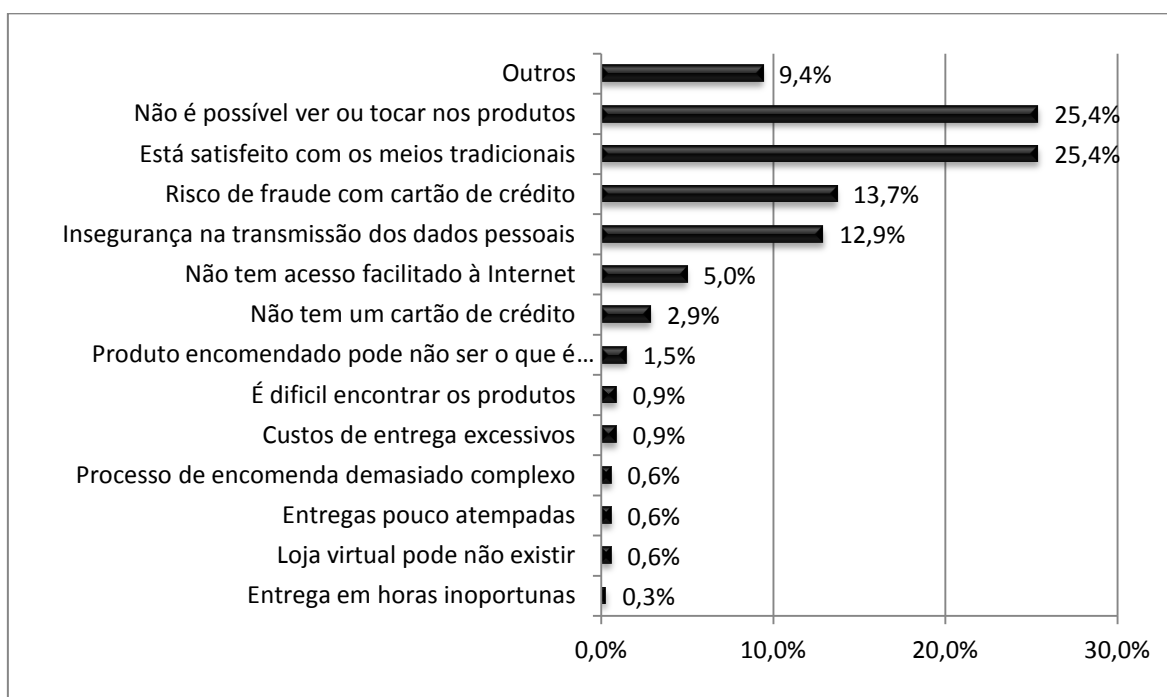
Entre as principais vantagens do Comércio Eletrónico citadas pelos internautas que manifestam interesse em vir a realizar compras eletrónicas e representadas graficamente no Gráfico 8, assumem maior destaque os exemplos de comodidade associados à realização de compras *on-line*, como sendo a disponibilidade dos serviços por 24 horas nos 7 dias da semana (citada por 79% dos internautas interessados), a rapidez nos processos de encomenda e entrega (referida por 61%), e a possibilidade de adquirir produtos nacionais, ou estrangeiros, a partir de qualquer local (vantagem citada por 60% dos utilizadores de Internet).

**GRÁFICO 8 – PRINCIPAIS VANTAGENS DO COMÉRCIO ELETRÓNICO (EM %)<sup>9</sup>**

*Fonte: Anacom (2006, p. 59)*

Já quanto aos fatores inibidores à sua adoção (Gráfico 9), os utilizadores de Internet que não realizam compras *on-line* referem questões mais práticas, como o facto de não ser possível ver ou tocar nos produtos, ou o facto de estarem satisfeitos com as formas tradicionais de comércio (ambos os fatores citados por cerca de um quarto dos internautas), como sendo as principais razões para não adotarem o hábito de adquirir produtos e serviços via Internet.

<sup>9</sup> Respostas em escolha múltipla

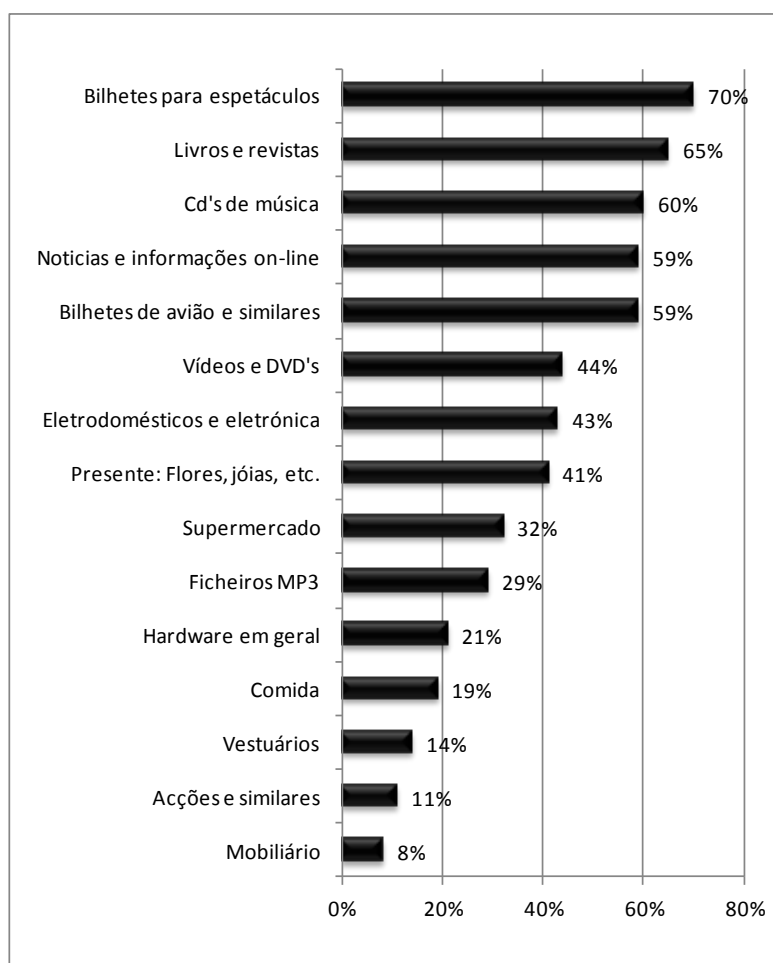
**GRÁFICO 9 – PRINCIPAIS INIBIDORES DO COMÉRCIO ELETRÓNICO (EM %)<sup>10</sup>**

*Fonte: Anacom (2006, p. 59)*

Aspeto interessante de analisar é o facto de, segundo estes resultados, e ao contrário do que parece ser a ideia geral relativamente aos problemas do Comércio Eletrónico, onde normalmente são avançadas questões relacionadas com a falta de segurança e privacidade nas transações *on-line*, os internautas tendem a referir aspetos mais tangíveis para minimizarem a utilidade do Comércio Eletrónico.

De facto, como podemos verificar no Gráfico 10, apenas 13% dos utilizadores que não compram *on-line*, apontam aspetos relacionados com a insegurança na transmissão de dados pessoais e com o risco de fraude, como os principais inibidores à realização de compras através da Internet.

<sup>10</sup> Respostas em escolha múltipla

**GRÁFICO 10 – PRODUTOS E SERVIÇOS QUE APRESENTAM MAIOR INTERESSE DE COMPRA ATRAVÉS DA INTERNET (%)**

*Fonte: Anacom (2006, p. 60)*

Entre os produtos identificados com maior potencial de compra por parte dos internautas portugueses não adotantes do Comércio Eletrónico, destaque para os bilhetes de espetáculos (citados por cerca de 70% dos internautas), para os livros e revistas (65%), os CD's de música (60%), e para as notícias *on-line* e bilhetes de avião e similares (ambos citados por 59% dos internautas).

Tentando proceder à caracterização destas preferências, são produtos que pertencem, sobretudo, a categorias de compra rotineira, de baixo valor de aquisição e, conseqüentemente, com um elevado nível de padronização. Quando relacionadas com os fatores inibidores acima analisados, facilmente se verifica que estas preferências recaem essencialmente sobre produtos e

serviços que, de um modo geral, conseguem contornar esses problemas, ou torná-los insignificantes face ao valor envolvido nas suas transações.

## 1.8. O COMÉRCIO ELETRÓNICO EM PORTUGAL

Em Portugal ainda existe um sentimento generalizado de falta de entendimento, e de perceção do que é efetivamente o Comércio Eletrónico, e como ele pode ser utilizado pelas empresas.

Mais grave ainda, os gestores das empresas raciocinam em termos de que a sua entrada no Comércio Eletrónico não é urgente, dado que não há concorrência visível de outros países, e muito menos de Portugal.

Mesmo as experiências portuguesas centram-se, na sua maior parte, em termos de exploração do mercado nacional não havendo grande preocupação de o alargar a outros mercados de língua portuguesa como poderia ser, por exemplo, o Brasil e a comunidade portuguesa espalhada pelo Mundo.

Em particular os sítios destinam-se essencialmente à divulgação de informação e não a transações comerciais propriamente ditas.

Estamos longe ainda de encarar o facto de que o Comércio Eletrónico é apenas um primeiro passo para tirar partido das oportunidades que se deparam na chamada e-economia, em que novos mercados, novos negócios, novos segmentos de mercado, novos modelos de negócio constituem um conjunto de novas oportunidades para as empresas, e nas quais o limite é apenas a inovação e a criatividade de cada um.

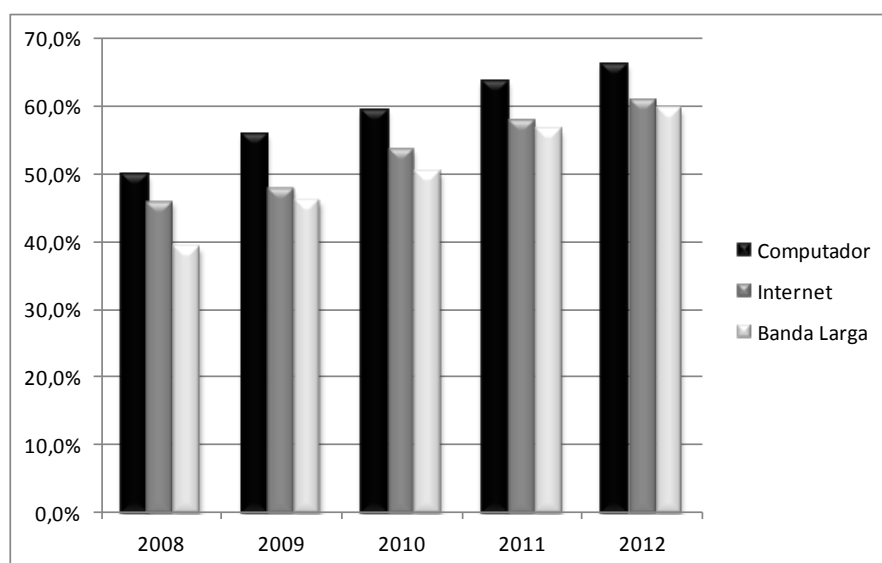
De acordo com o destaque apresentado pelo INE, no seu site, sobre o “Inquérito à utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2012”, podemos verificar que quanto ao tópico “Acesso a Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias” (um dos tópicos citos no referido destaque do INE), em 2012:



Aproximadamente dois terços das famílias têm acesso a Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) em casa: 66% têm acesso a computador<sup>1</sup>, 61% à Internet e 60% dispõem de acesso à Internet através de banda larga.

Os indicadores obtidos em 2012 confirmam a evolução positiva do acesso às TIC pelas famílias (Gráfico 11). De 2008 a 2012 observa-se um crescimento médio anual de cerca de 12% no acesso a banda larga em casa: em 2008 quase 40% das famílias tinham acesso a banda larga, situando-se este tipo de ligação à Internet em 60% em 2012. Para o período considerado, no acesso a computador e à Internet, verificou-se um crescimento médio anual de cerca de 8%, para cada uma das tecnologias.

**GRÁFICO 11 – FAMÍLIAS COM ACESSO A COMPUTADOR, LIGAÇÃO À INTERNET E LIGAÇÃO ATRAVÉS DE BANDA LARGA EM CASA, 2008-2012 (%)**



*Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2012a, p. 2)*

Por região, Lisboa e a Região Autónoma dos Açores apresentam proporções de famílias com acesso às TIC acima da média do país. Na região de Lisboa 75% das famílias têm acesso a computador em casa e 72% dispõem de acesso à Internet e de ligação através de banda larga; na Região Autónoma dos Açores 67% dispõem de computador e 64% dispõem de ligação à Internet e de banda larga em casa.

Com proporções muito próximas da referência nacional destacam-se ainda, no acesso a computador, a região Norte (65%), e no acesso à Internet e à ligação por banda larga, a região do Algarve e a Região Autónoma da Madeira: cerca de 61% das famílias de cada uma destas regiões têm acesso à Internet e 60% dispõem de acesso em banda larga (Tabela 3).

**TABELA 3** – AGREGADOS DOMÉSTICOS COM ACESSO A COMPUTADOR, LIGAÇÃO À INTERNET E LIGAÇÃO ATRAVÉS DE BANDA LARGA EM CASA, TOTAL E POR REGIÕES NUTS II (%)

Ano 2012	Computador	Internet	Banda larga
<b>Portugal</b>	<b>66,1</b>	<b>61,0</b>	<b>59,7</b>
Continente	66,1	61,0	59,7
Norte	64,6	58,0	55,7
Centro	61,1	55,2	54,2
Lisboa	74,8	71,9	71,5
Alentejo	54,6	48,8	47,2
Algarve	64,4	60,7	59,9
R. A. dos Açores	67,3	64,1	63,5
R. A. da Madeira	64,2	60,5	60,0

*Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2012a, p. 3)*

Todos os anos, o INE publica o Anuário Estatístico de Portugal (AEP), que apresenta uma análise global destinada a fornecer uma visão abrangente dos fenómenos registados em determinado ano, em termos sociais, económicos e demográficos. O AEP publicado mais recentemente no portal do INE é referente ao ano de 2011, uma Edição do ano de 2012 que foi publicado a 31 de janeiro de 2013.

De acordo com o AEP 2010, “No Comércio Eletrónico observou-se também uma progressão, dados os aumentos relativamente a 2009 na proporção de empresas que receberam encomendas por via eletrónica, na ordem de 3,8 p.p., e no que diz respeito a encomendas

*efetuadas, que aumentou 3,9 p.p., mais que compensando o retrocesso relativo observado em 2008, e atingindo os valores de 18,8% e de 22,3%, respetivamente. (...)”* (Instituto Nacional de Estatística, 2011, p. 27)

Os fatores que poderão proporcionar um aumento do acesso e utilização da Internet terão a ver previsivelmente com um aumento dos microcomputadores e da sua capacidade de processamento, ao aumento da largura da banda de comunicação, ao alargamento dos suportes de acesso (incluindo-se aqui a televisão, a partir de 2000, e o telemóvel) e à diminuição dos custos de acesso e utilização da Internet.

Verdadeiramente a grande evolução do Comércio Eletrónico em Portugal só se dará quando de facto for ele uma realidade da nossa vida corrente, isto é, quando dele dependermos para as tarefas mais banais do nosso quotidiano, vencendo-se também algumas barreiras culturais que existem na nossa sociedade.

Esta situação terá a ver essencialmente com a relação empresa-cliente final (*business to consumer*), e não com o caso do relacionamento empresa – empresa (*business to business*) ou empresa – administração (*business to administration*).

Com efeito estas duas novas formas de Comércio Eletrónico poderão ser um dos grandes fatores de dinamização da sua evolução, sobretudo no que se refere ao último caso; apesar de no AEP 2011 referir que “(...) no que se refere ao Comércio Eletrónico, verificou-se um retrocesso apreciável face ao ano anterior, a avaliar quer pela percentagem de empresas que recebeu, quer pela que efetuou encomendas por via eletrónica (reduções na ordem 4,0 p.p. e de 8,8 p.p., respetivamente); ainda assim, estas proporções mantiveram-se acima das registadas em 2005.” (Instituto Nacional de Estatística, 2012c, p. 28).

Se a Administração Pública portuguesa tiver que fazer uma grande percentagem das suas compras através do Comércio Eletrónico então com certeza que haverá uma grande dinamização das trocas comerciais através deste novo meio de comunicação.

O governo português tem entretanto vindo a publicar vária legislação que vai garantir aos vários parceiros envolvidos uma maior cobertura legal para as transações comerciais.

Assim, serão de referir as seguintes iniciativas que concorrerão à prossecução destes objetivos:

- Resolução do Conselho de Ministros n.º 115/98 de 1 de setembro de 1998 que cria a Iniciativa Nacional para o Comércio Eletrónico;
- Decreto-Lei n.º 290 – D/99 de 2 de agosto de 1999, que regula o reconhecimento, e o valor jurídico, dos documentos eletrónicos e das assinaturas eletrónicas e que confia o controlo da atividade de certificação de assinaturas a entidades especializadas certificadoras, as quais deverão estar em funcionamento no decorrer do primeiro semestre do ano de 2000. Desta maneira será possível criar um ambiente seguro para a autenticação eletrónica dos dados (verificar a origem dos dados) e respetiva integridade (no caso de terem sido entretanto alterados).
- Decreto-Lei n.º 375/99, I Série A de 18 de setembro de 1999 o qual equipara as faturas eletrónicas, com assinatura digital, às faturas emitidas em suporte papel.

O que se pode concluir da situação atual das empresas portuguesas face ao Comércio Eletrónico é que existe um interesse crescente por este assunto, mas simultaneamente um grande desconhecimento sobre as suas características e forma de implementação.

Será de salientar que a atitude generalizada dos gestores das empresas portuguesas é de “esperar para ver”, analisando as experiências de outras empresas antes de optarem por uma implementação séria, e empenhada, do Comércio Eletrónico.

## 2. A TRIBUTAÇÃO NO COMÉRCIO ELETRÓNICO

Antes de começar a falar especificamente sobre a tributação do Comércio Eletrónico, é importante explicar o porquê da tributação, ou seja, quais as funções do imposto, porque surgiram, como é constituído o sistema fiscal tradicional e uma vez que estamos a falar de Comércio Eletrónico, que é feito a nível internacional, temos de tentar compreender o porquê de ainda não existir um sistema fiscal internacional.

Outro ponto muito importante é compreender o porquê do surgimento do Comércio Eletrónico, que pode ser explicado através do fenómeno da Globalização, sobre o qual também vou fazer um pequeno resumo.

### 2.1. FUNÇÕES DO IMPOSTO

No imposto, a sua razão de ser, a sua evolução, bem como as suas funções, são questões intimamente ligadas com a razão de ser, a evolução e as funções do Estado.

Porque o imposto é uma componente das receitas tributárias e porque as receitas tributárias são a mais importante forma de financiamento do Estado para o desempenho das suas funções, a primeira função do imposto é a arrecadação de receitas para o financiamento das despesas públicas. O imposto existe para financiar os cofres públicos. Contudo, nem sempre, a função do imposto se reduziu a essa vertente de angariação de dinheiro para o erário público. Gradualmente, o imposto, a par da intervenção do estado na economia, foi surgindo como instrumento de políticas financeiras de redistribuição, de estabilização e de desenvolvimento (Nabais, 1998).

Se o imposto é a mais relevante receita pública e se as receitas públicas estão inseridas no quadro das finanças públicas, os objetivos prosseguidos pelas finanças públicas – tripartidos em redistribuição, estabilização e desenvolvimento económico – são, naturalmente, prosseguidos através dos impostos, pois estes são recursos das finanças públicas. Como consequência destas funções, apelidadas de funções “não-diretamente fiscais”, nasce o conceito de extrafiscalidade.

A extrafiscalidade significa que os impostos, além das funções fiscais, desempenham também funções ditas não fiscais. As funções não fiscais – extrafiscais – simbolizam as funções integradas em preocupações diferentes que as de arrecadação de receita. São elas, em lugar de destaque, a redistribuição e, em seguimento, todas as que integrem nos objetivos de política económica e social, objetivos prosseguidos pelas finanças públicas.

A par da extrafiscalidade, um outro fenómeno nasceu: a parafiscalidade. A parafiscalidade caracteriza-se por ser uma forma alternativa de tributação, marcada, no seu início, por um desprendimento do poder legislativo, e dando espaço ao poder público para tributar em funções das suas atividades intervencionistas, desempenhadas por estas agências não territoriais. No caso português, as contribuições para a segurança social são o exemplo mais presente da parafiscalidade. Numa constante luta pela arrecadação de receitas para o desempenho das suas atividades, o Estado foi sendo criativo e escolhendo caminhos alternativos, como a parafiscalidade que combina com a obrigatoriedade com o consentimento, por muito que antagónicos possam parecer os princípios desta forma alternativa de tributação.

Tudo o apresentado até agora caracteriza a construção de um sistema fiscal. Defende-se serem estas as bases para a caracterização do sistema fiscal tradicional, i.e., o sistema fiscal que foi criado e se foi desenvolvendo com base nos avanços das construções doutrinárias, das contextualizações políticas e dos momentos sociais.

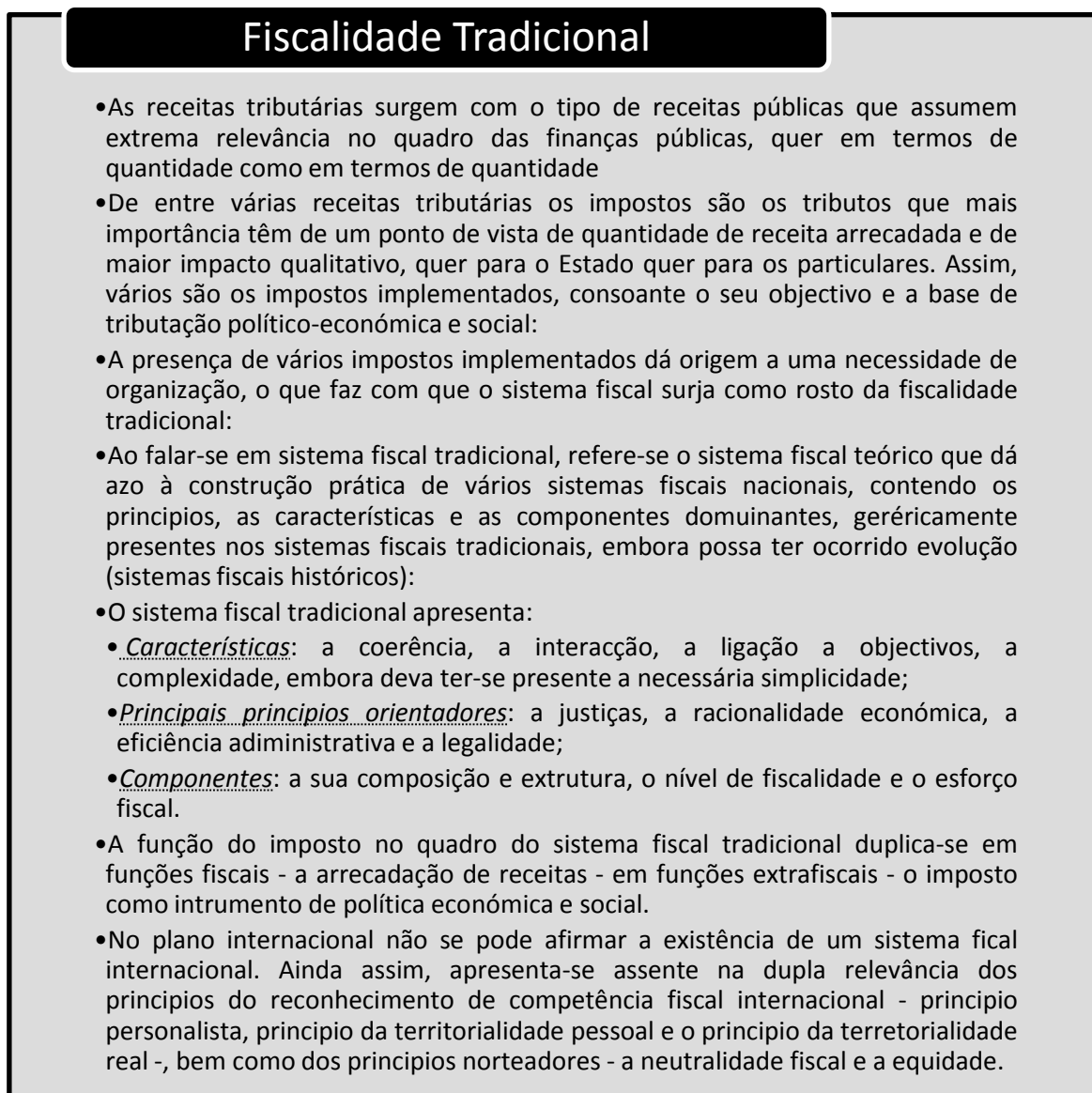
Tentar transpor-se toda esta construção para o plano internacional não se afigura tarefa muito fácil. A razão de ser prende-se com o facto de não se poder, pelo menos por enquanto, reconhecer um verdadeiro sistema fiscal internacional, pois há um conjunto de impostos internacionais organizados num sistema, há sim impostos coordenados dos Estados – mercê dos ADT -, uniformizados ou harmonizados, mas que continuam a ser impostos estaduais com carácter territorialmente limitado.

A realidade fiscal internacional assenta na coordenação de dois princípios fundamentais: a neutralidade fiscal e a equidade. Por neutralidade fiscal internacional entende-se a sua não influência nas opções dos particulares. Prende-se acima de tudo, que as escolhas internacionais tenham por base valores reais de produtividade e de retorno de investimento, em vez de índices fiscais. Este princípio está profundamente ligado à preocupação de racionalidade económica, presente no sistema fiscal tradicional. A sua extrema importância no plano internacional advém da natural preocupação de não colocar entraves à abertura dos mercados, nem distorcer as

escolhas dos particulares. A importância é visível também no princípio da equidade. Pois, internacionalmente, o tratamento justo e adequado entre aqueles que estão em situações comparáveis e o tratamento desigual dos desiguais na medida dessa desigualdade, quer no plano interpessoal, quer no plano das relações entre Estados, é uma necessidade básica para a existência de um espaço de interação e coerência internacionais. O favoritismo, gerando iniquidade, é um dos sinais de arbitrariedade e a fiscalidade internacional, tal como a fiscalidade nacional, não assenta as suas raízes em tais parâmetros de ação.

Do exposto resulta a caracterização, apresentada na Figura 5, da fiscalidade tradicional:

**FIGURA 5 – FISCALIDADE TRADICIONAL**



*Fonte: Adaptado de Pires (2011, pp. 92-93)*

## 2.2. O COMÉRCIO ELETRÓNICO COMO RESULTADO DA GLOBALIZAÇÃO

Ao fazer um estudo sobre a globalização, e apesar de não se chegar a apenas uma definição de “Globalização”, chegámos a um consenso relativamente à mesma:

***“O fenómeno da Globalização assume-se como um fenómeno que veio para ficar”***

### 2.2.1. A GLOBALIZAÇÃO COMO REALIDADE NO NOSSO TEMPO

Está impregnado na forma como olhamos e absorvemos a sociedade atual recorrer ao fenómeno da globalização como fator que influencia o que hoje somos, vivemos e sentimos. Por todo o globo terrestre, quando se procura compreender e alcançar o sentido e a direção do presente, a globalização surge como o porta-bandeira dessa busca intensiva e cada vez mais imperiosa. Porque a sua presença é causa de muitas das novidades e dos problemas do nosso mundo e, como tal, também da fiscalidade, parece ser oportuno conceder alguns momentos na busca do âmagos explicativo desse fenómeno.

Como realidade presente e dominante deveria ser fácil apresentar um conceito inequívoco, completo e objetivo da mesma, todavia, tal não acontece. A globalização, por mais definições que possam ser apresentadas, não é uma realidade capaz de ser definida de forma inequívoca, completa e objetiva. É uma realidade demasiado complexa para que tal aconteça. Por maior que seja o esforço de encaixe de todas as sub-realidades que envolve, algumas escaparão, inevitavelmente, até porque somos parte interessada no processo, não tendo, para tal uma capacidade de afastamento e desprendimento suficientes para gerar, objetivamente, uma definição imparcial que reflita exatamente a natureza da globalização.

Ao determinar-se ser a globalização uma rede complexa de processos, permite verificar que a globalização surge com o fenómeno multidisciplinar, acolhendo todas as áreas em que o ser humano se vê envolvido e não apenas na vertente das relações económicas, a que geralmente a



doutrina e a opinião pública confinam o fenómeno, apelidando o mesmo de globalização económica.<sup>11</sup>

As tendências ideológicas e políticas estão profundamente enraizadas no processo de compreensão, caracterização e avaliação do fenómeno globalização. Consoante a posição ideológica-política, diferentes valorações, diferentes hierarquizações e aprofundamentos do tema são dados. Exemplo disso é a aceitação de uma estratificação da forma como se encara o fenómeno em três escolas: os HiperGlobalistas, os Cépticos e os Transformistas.

Para os HiperGlobalistas, a globalização surge como um fenómeno estruturalmente económico e deveras limitativo do poder político nacional. Para esta corrente extremista de pensamento, as novas tecnologias e as reorganizações do mercado produzem uma megaeconomia global dominadora que transcende a organização económica regional, de tal forma que o poder se transferiria para os atores dessa nova megaeconomia – sobretudo as novas organizações económicas internacionais, como o Fundo Monetário Internacional (FMI), o Banco Mundial (BM) e a Organização Mundial de Comércio (OMC). Esta transferência implicaria a necessidade de conformação do poder político nacional em face de uma “desnacionalização” das atividades económicas, estratégicas e políticas acessórias. Defendem os HiperGlobalistas, em última análise, o domínio do Mercado sobre o Estado, o triunfo do liberalismo económico sobre o poder político.

Já os Cépticos defendem ser uma integração de mercados nacionais o que resulta da globalização, e não, como os HiperGlobalistas, uma “internacionalização” das economias nacionais. Defendem os Cépticos que as políticas económicas nacionais permanecem como um cerne do desenvolvimento e do progresso dos mercados, não se revelando o fenómeno da globalização como algo inovador, mas como uma continuidade de todo o processo mundial.

No caso dos Transformistas, a visão é muito mais ampla, abrange mais do que a vitalidade económica como o elemento central, defendendo que a globalização é um conjunto de processos que transformam a organização social, exigindo uma reorganização de todos os quadrantes da intervenção humana. Esta vertente parece ser aquela que mais se coaduna com a complexidade e pluralidade do fenómeno, não sendo limitativa nem radical, antes conciliadora e abrangente.

---

<sup>11</sup> Daí falar-se, para além da globalização económica, da globalização social, da globalização política e da globalização cultural.

Independentemente da visão que se construa em torno da realidade global, algo é certo, este fenómeno não é um fenómeno nascido apenas nos últimos anos.

Com a globalização observa-se a quebra das barreiras tradicionais do espaço e do tempo. O mundo como que se torna mais pequeno e o contacto entre dois elementos situados em dois polos opostos pode ser feito no momento e de forma imediata, ainda que não exista a partilha do mesmo espaço físico. Observa-se a requalificação das fronteiras físicas e não físicas, sendo que muitas vezes o que existe é concentração de ideologias, de interesses e de ideais em vez de uma delimitação estrita e clássica baseada no mapa mundial.

As fronteiras físicas tornam-se um obstáculo menos impeditivo, uma vez ser possível, e com muita rapidez, a deslocação física entre todas as fronteiras geograficamente delineadas. E, em muitos casos, essa mesma deslocação física não é necessária, por existirem formas de comunicação globais que permitem permanecer fisicamente no local de origem mas manter contacto direto e instantâneo com outros elementos estabelecidos em outros pontos geográficos.

Tal como fronteiras físicas se redimensionam na sua importância e na sua capacidade de incorporar um obstáculo ao relacionamento global, de igual modo, também as fronteiras culturais se tornam mais fluidas. Para tal contribuiu a crescente homogeneização de informação, meios e atitudes de múltiplos habitantes desta “aldeia global”.

Num mundo global, a população mundial partilha o mesmo espaço e o mesmo tempo, tendo, à partida, as mesmas possibilidades de aproveitamento desses dois elementos. As fronteiras físicas já não têm o mesmo impacto que há dois séculos atrás, nem o tempo tem a mesma unidade de possibilidade de aproveitamento, por comparação com a mesma época.

A necessidade de interiorizar a interconexão e a interdependência da economia e do elemento social, oferecendo abertamente mostras desse reconhecimento, é o passo fundamental, essencial e urgente a ser dado pelos atores que têm poder no mundo global, caso um mundo em paz, economicamente e socialmente ativo seja o desejável. Um desenvolvimento durável só é atingido com a construção de pilares sociais sustentáveis.

Na tentativa de implementação desses pilares, a tecnologia e a comunicação assumem papel fulcral.

A novidade da globalização na área económica passa pela implementação de um mercado ultraglobal. Este novo tipo de mercado, a que apelido de ultraglobal, caracteriza-se por uma

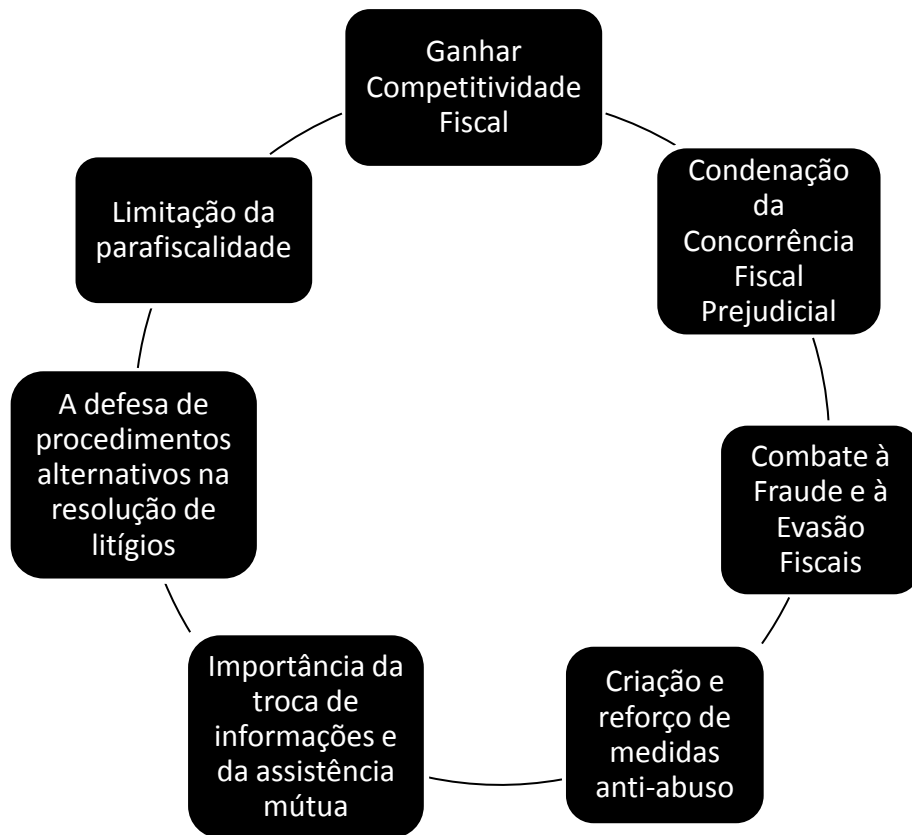
globalização financeira e um aumento das operações transfronteiriças, como consequência do capital e das empresas transnacionais. O motor de base é o desenvolvimento científico e tecnológico, sobretudo as Tecnologias de Informação e Conhecimento (TIC) que geram impõe novos modelos de organização e de gestão, onde os três E's – Economia, Eficiência e Eficácia – e a sua maximização são preocupações fundamentais.

---

#### 2.2.2. O IMPACTO DA GLOBALIZAÇÃO NA FISCALIDADE

Num ambiente de globalização com o impacto que este tem na fiscalidade, poder-se-ia pensar ser necessário a criação de uma nova ordem organizacional internacional. Com tal criação estar-se-ia a condenar a atual estrutura no seu todo, incitando a uma construção de base totalmente diferenciada. No entanto acredito que os princípios fundamentais orientadores da fiscalidade foram e continuam a ser perfeitamente adequados, o que encontramos é o seu não enquadramento, na fórmula tradicional em que foram gerados, em face das novidades da sociedade e da economia globais. Dessa inadaptação e não encaixe deriva a necessidade de adaptação, reformulação e correta integração. A solução passa, não pela novidade total, mas antes pelas escolhas jurídicas e políticas acertadas, combinadas com a reestruturação dos quadros existentes face às novas realidades.

Pires (2011) identificou sete áreas prioritárias (Figura 7) onde a atenção tem recaído por parte do poder político, bem como por parte da doutrina.

**FIGURA 6** – SETE ÁREAS PRIORITÁRIAS POR PARTE DO PODER POLÍTICO E POR PARTE DA DOUTRINA

*Fonte: Adaptado de Pires (2011, pp. 117-129)*

#### A) GANHAR COMPETITIVIDADE FISCAL

A primeira dessas áreas prende-se com a necessidade atual de ganhar competitividade fiscal internacional. A realidade global não permite a ausência da competitividade fiscal no espaço internacional de mercados abertos. O elemento fiscal surge como um instrumento, talvez já dos poucos instrumentos ainda em disponibilidade para as soberanias nacionais, capaz de tornar o apelo ao investimento mais atrativo. Certamente não é o único, nem o central, mas desempenha ainda um importante papel na captação de investimentos e na dinamização da economia no quadro internacional. Por isso, os Estados vão procurando estabelecer estruturas fiscais apelativas ao investimento.

Uma das formas que tem vindo a assumir lugar de destaque passa pela diminuição das taxas de imposto.

A par da diminuição das taxas de imposto, surge também a proclamação da taxa única ou, em linguagem internacional, da *flat rate*. Esta figura surge, muitas vezes, apresentada como a solução ótima para a implementação de uma ordem fiscal competitiva. A máxima inerente ao conceito passa pela ideia de que a *flat rate* permite uma simplificação dos sistemas fiscais, aliada a uma consequente diminuição dos impostos, o que gera um aumento das quantias arrecadas pelo Estado, ao contrário do que se poderia esperar. Com a implementação desta média, auxilia-se a criação de prosperidade – com o aumento do emprego e do capital disponível –, através da atração de investimentos. Por estas benéficas consequências, a ideia de uma taxa única de imposto tem proliferado pelo ambiente internacional, existindo mesmo alguns países que a adotaram e continuam a apostar na sua manutenção. Exemplos dessas nações são os países da Europa central e de leste, como a Estónia, a Lituânia, a Eslováquia e a Letónia.

A adoção do sistema de taxa única de imposto pode ser aplicado apenas para a tributação do rendimento – e dentro desta, unicamente para a tributação de pessoas singulares ou conjuntamente para a tributação de pessoas coletivas – ou para a tributação da despesa, tal como pode combinar ambas. O que é verificável e defendido pelos apoiantes da ideia é ser a *flat rate* um fenómeno de desbloqueio dos impasses nos sistemas fiscais, simplificador e capaz de tornar a fiscalidade mais competitiva. Na prática, os países que adotaram e implementaram a taxa única de imposto têm atraído vários investimentos externos e uma maior satisfação dos contribuintes com o sistema fiscal. No entanto, tem de se considerar não satisfazer os parâmetros de justiça e muitas vezes os resultados obtidos terem ou poderem ter sido resultado de outras circunstâncias.

---

## B) CONDENAÇÃO DA CONCORRÊNCIA FISCAL PREJUDICIAL

Em estreita ligação com a primeira, encontramos a segunda área de intervenção: Equilibrar a concorrência fiscal entre os Estados, condenando a concorrência fiscal prejudicial.

Contrariar as práticas fiscais prejudiciais surge como um ponto forte de trabalho das organizações internacionais. A União Europeia, com o seu Código de Conduta no domínio da fiscalidade das empresas, procura moderar o impacto das diferenças práticas de taxas de

impostos, de benefícios e de incentivos concedidos de forma diferenciada pelos vários sistemas fiscais, apresentando as medidas dos seus Estados-Membros, consideradas potencialmente prejudiciais, bem como as medidas com aspetos nocivos, capazes de afetar fortemente a saúde da competitividade fiscal e a concretização dos objetivos comunitários. Também a OCDE tem desempenhado um importante trabalho de estudo, documentação e tentativa de resolução prática do problema. Para a OCDE é clara a necessidade de contrariar a concorrência fiscal prejudicial, sendo mesmo uma das preocupações centrais de todo o trabalho desenvolvido pela organização, procurando o acordo com os países infratores e a aceitação por parte destes, e dos seus membros também, da necessidade de remoção das medidas causadoras de distorções concorrenciais. Para tal, em muito contribui a lista negra dos espaços fiscais envolvidos, tendo já permitido que a maioria dos Estados removesse as medidas condenadas e abraçassem os princípios proclamados pela organização internacional nesta matéria (paraísos fiscais cooperantes).

---

### C) COMBATE À FRAUDE E À EVASÃO FISCAIS

Uma das preocupações mais presentes nas discussões sobre fiscalidade internacional é o combate à fraude e à evasão fiscais, visto conduzirem à erosão das bases de tributação ou ao diferimento do pagamento do imposto devido. A transparência fiscal surge como consequência fundamental dessa preocupação.

No seguimento da luta contra a concorrência fiscal prejudicial, o combate aos paraísos fiscais e aos regimes fiscais preferenciais é um dos pontos de extrema importância e insistência. Porém, não é o único plano de luta. A este associam-se as regras na tributação das sociedades, nomeadamente, no que se refere aos preços de transferência<sup>12</sup>, à subcapitalização (thin

---

<sup>12</sup> De acordo com estudos estatísticos, 60% das transações internacionais são efetuadas entre empresas pertencentes ao mesmo grupo de sociedades. Uma tão elevada percentagem demonstra a importância que a problemática dos preços de transferência tem para a fiscalidade internacional. Os preços de transferência são os preços pelos quais uma empresa transfere bens corpóreos, ativos incorpóreos ou presta serviços a empresas associadas, e a sua importância existe tanto para os contribuintes como para as Administrações Fiscais, pois influenciam o valor do lucro que é efetivamente tributado. O problema gerado decorre do facto de estarem em causa diversas jurisdições fiscais, qualquer ajustamento de um preço de transferência num

capitalization)<sup>13</sup>, às sociedades estrangeiras controladas (*controlled foreign companies* – CFC's)<sup>14</sup> e às operações fictícias ou em termos anormais, de modo a serem criados custos inexistentes ou superiores aos suportados.

Este tipo de preocupações medidas a elas associadas denunciam os cuidados internacionais com a evasão e mesmo o planeamento fiscal, atividade lícita, atividade, todavia, que, cada vez mais, começa a ser difícil de diferenciar da evasão fiscal, dado, nomeadamente, a lei ou os tratados evidenciarem como tal casos que originariamente eram planeamento.

---

#### D) CRIAÇÃO E REFORÇO DE MEDIDAS ANTI-ABUSO

Porque a imaginação humana é muito fértil, a utilização dos mecanismos fiscais disponíveis, e até mesmo das normas internacionais em tal matéria, dá azo a distorções dos objetivos e dos princípios que nortearam a sua implementação. Muitas vezes, em consequência de atuações evasivas ou de planeamento fiscal, a intenção das Administrações Fiscais é

---

país implica a necessidade de um ajustamento correspondente num outro país. Contudo, se a outra jurisdição não estiver de acordo em operar um ajustamento correspondente, o grupo multinacional será tributado duplamente sobre essa parte dos seus lucros. A fim de minimizar uma dupla tributação deste tipo, é necessário alcançar um consenso a nível internacional quanto às formas de fixação dos preços transferência nas operações internacionais. A OCDE determina um conjunto de princípios a serem atendidos que, na sua ideia, são a via para evitar os conflitos entre os contribuintes e as Administrações Fiscais, procurando estabelecer formas amigáveis de solução ou, em última análise, recorrer a formas não judiciais, mas antes alternativas, de resolução de litígios. O princípio da plena concorrência é a base de toda a tributação dos preços de transferência, sendo que a ele, ou para sua concretização, vários são os métodos possíveis de aplicar.

<sup>13</sup> A subcapitalização (*thin capitalization*) surge como um fenómeno de desnivelamento entre o capital de uma empresa e o risco associado à sua concretização do objetivo social. É uma forma alternativa ao endividamento com recurso a capitais exteriores à empresa. A subcapitalização produz uma desproporção entre o capital escriturado e o objeto social.

<sup>14</sup> O tratamento fiscal das sociedades estrangeiras controladas deriva da necessidade de contrariar a evasão fiscal a nível da tributação das sociedades ou das pessoas singulares. Através dele pretende-se atingir a não permissão da não tributação de determinadas sociedades e que por esse controlo, podem comandar a distribuição de dividendos de forma a obter vantagens fiscais agressivas. O objetivo da legislação das CFC's é o de evitar que a transferência de capitais gere uma evasão da tributação no Estado da pessoa que transfere o capital.

completamente sobreposta pelo interesse dos particulares, tal como as lacunas que a legislação fiscal apresenta – as designadas leis Gruyère (*tax shelters*) – são igualmente aproveitadas para favorecer a redução do imposto devido pelos particulares. À custa destas atuações, a fiscalidade internacional – tal como a interna – tem tentado implementar uma série de normas anti abuso que travem os ensejos fiscais fraudulentos, evasivos e redutores, desenvolvidos pelos particulares.

O conceito de abuso dos tratados internacionais surge em consequência de uma utilização indevida das regras estabelecidas por esses tratados internacionais. Tal acontece quando um sujeito usufrui dos benefícios provenientes da aplicação do tratado, quando esse sujeito não era quem deveria beneficiar, pois o tratado não foi constituído para ser aplicado à sua situação. Normalmente, a possibilidade de beneficiar é constituída por um sujeito que não tem qualquer tipo de pertença aos Estados contraentes de uma convenção, através da criação de um intermediário – normalmente uma sociedade – num desses Estados contratantes. Através desse artifício consegue aproveitar os benefícios que, de outra forma, não veria impressos na sua esfera jurídica.

A reação das Administrações Fiscais pode ser integrada em uma de duas categorias:

- Introdução, como recomenda a OCDE, nos ADT de normas específicas anti abuso;
- Introdução de uma cláusula geral anti abuso.

A segunda opção suscita problemas complexos, porém, já vem sendo cada vez mais presente nos vários ordenamentos nacionais, com o impacto internacional que daí advém, sendo a primeira opção a mais comum e a mais desenvolvida no campo do direito internacional fiscal.

Quanto a um possível inventário de medidas anti abuso, pode-se elencar, de entre outras, as normas de combate ao *treaty* ou *rule shopping*, a cláusula do beneficiário efetivo, bem como o que se pode denominar genericamente as normas do *subject to tax* e de concretização da residência. Todas estas são normas expressas nos comentários ao MC-OCDE e têm sido introduzidas, pelos Estados, nos seus ADT.



---

## E) IMPORTÂNCIA DA TROCA DE INFORMAÇÃO E DA ASSISTÊNCIA MÚTUA

---

Num universo fiscal onde a declaração é ainda muito acolhida e onde a capacidade de perceção da real situação do contribuinte, pela Administração Fiscal, é de extrema dificuldade e complexidade – em muito, devido ao aumento exponencial das operações transfronteiriças envolvidas de várias jurisdições fiscais -, a cooperação internacional entre Administrações Fiscais é de elevada importância. Através da intercomunicação destas entidades, através do cruzamento de dados disponíveis, a liquidação e a arrecadação de impostos surgem facilitadas.

A colaboração entre as Administrações surge como uma resposta central da fiscalidade ao impacto comprovado pela globalização. Através da cooperação procura-se adaptar, ampliando, as informações para a Administração Fiscal, sendo a contrapartida do alargamento de oportunidades evasivas e fraudulentas oferecidas pelas novas tecnologias e pela nova forma de organização global.

A troca de informações, bem como a assistência mútua à cobrança, surgem no corpo do MC-OCDE, nos seus artigos 26º e 27º, assumindo a posição de instrumentos auxiliares da concretização efetiva do poder de tributar. Também na União Europeia existe a preocupação de impulsionar estes dois mecanismos, através de regulamentos e diretivas.

Parece-nos que a implementação de qualquer solução fiscal de adaptação, renovação ou regeneração dos sistemas fiscais e da ordem internacional fiscal dependerá, sempre e em última instância, da cooperação entre várias Administrações Fiscais. Se os sujeitos se transformam em sujeitos internacionais, não balizados pelas fronteiras físicas, mas antes ilimitados pela ausência dessas mesmas, e se as Administrações Fiscais, ao invés, permanecem limitadas pelas jurisdições fiscais, continuamente ligadas à limitação territorial, então, apenas com a cooperação das várias Administrações, a partilha da informação e o auxílio da sua força no seu correspondente território, se poderá criar um espaço de possível paridade entre agentes intervenientes numa relação fiscal internacional. Caso contrário, a desigualdade aumenta ainda mais, pois a Administração surge amputada no conhecimento da situação real, enquanto o contribuinte aproveita-se dessa amputação para desnivelar ainda mais a falta de capacidade da máquina administrativa fiscal. Por este enquadramento parece-me ficar explicada a importância dada pelos Estados e pela doutrina à troca de informações e da assistência mútua à cobrança.

---

## F) A DEFESA DE PROCEDIMENTOS ALTERNATIVOS NA RESOLUÇÃO DE LITÍGIOS

Decorrente da tentativa de implementação de uma boa relação entre as várias Administrações Fiscais, como forma de desenvolver a cooperação internacional, tão importante como ficou agora mencionado, compreende-se que uma consequência natural disso mesmo seja, em caso de conflito, a resolução dos litígios entre Estados através de formas amigáveis, ao invés das formas judiciais e outras formas agressivas. O procedimento amigável surge como forma de resolução de conflitos assente na negociação e nas mútuas cedências, privilegiando a resolução de acordo com os interesses de ambos os Estados em causa. Não deve ser visto como uma forma de renúncia de soberania fiscal. O MC-OCDE, também ele, acolhe a validade desta forma de resolução de litígios, incluindo-a no seu artigo 25º.

Poder-se-á colocar a mesma questão de utilização de procedimentos de resolução de litígios amigáveis na relação das Administrações Fiscais com os obrigados tributários. Suscitar esta questão parece-me fazer sentido na sequência da transformação da relação jurídico fiscal, tal como ficou anteriormente retratada. Faz, certamente, parte da modificação da máquina fiscal numa máquina mais igualitária e mais consciente do paralelismo de poderes entre os agentes fiscais. Compreende-se esta posição em nome da crescente presença de uma preocupação em resolver os litígios fiscais por outras formas alternativas às judiciais, a maior parte das vezes, lentas e dispendiosas. Não é ainda uma matéria consensual, mas valerá a pena refletir e ponderar as vantagens decorrentes da sua implementação.

---

## G) LIMITAÇÃO DA PARAFISCALIDADE

Como consequência do movimento que proclama o repensar a organização do Estado, questionando as suas funções e atividades, símbolo de uma busca da especialização naquilo que realmente revela, a parafiscalidade é contestada. Esta contestação decorre da reorganização financeira das intervenções económicas e sociais do Estado, tal como a presença de um Estado Fiscal cada vez mais forte, naturalmente influenciará a diminuição da presença ativa de uma

parafiscalidade forte e enraizada, criada para evitar o desrespeito do referido princípio da legalidade.

### 2.3. DIFICULDADES DA REGULAMENTAÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÓNICO

---

#### 2.3.1. ADAPTABILIDADE DO REGIME JURIDICO EXISTENTE

Se é verdade que é o Comércio Eletrónico, antes de ser eletrónico, é comércio, com as finalidades e sequência estrutural tradicionais, não menos verdades é que o Comércio Eletrónico é mais do que simplesmente executar uma atividade comercial eletronicamente. A especificidade é o meio de contratação (à distância), e – no Comércio Eletrónico direto – o modo de execução contratual, com recurso às tecnologias da informação e da comunicação, num mercado “desmaterializado”, conduzindo a uma regressão do formalismo que antes acompanhou a complexificação das relações contratuais.

Embora alguma doutrina defenda que as leis tradicionais não estão suficientemente à altura da economia digital emergente, será pacífico considerar que os contratos celebrados no contexto do Comércio Eletrónico não perdem por isso a sua tipicidade, quando já a tivessem se concluídos fora do ambiente tecnológico que os envolve. Daí que adotemos a doutrina que o direito dos contratos é adequado para regular o Comércio Eletrónico, desde que se imponha a tutela necessária à sua particular natureza. Aplicar os modelos contratuais tradicionais quando o conteúdo típico do contrato não depende da tecnologia utilizada, adaptá-los em função da atividade desenvolvida e em função da autonomia negocial, ou desenvolver novos tipos contratuais para o universo eletrónico, todas são hipóteses contratuais viáveis.

Creemos que um dos principais problemas é talvez o facto de a lei, por excelência territorial, não estar preparada para algo tão global. Os fenómenos da Sociedade da Informação sucedem-se a um ritmo crescente e em constante complexificação, ritmo que não deverá ser precipitadamente acompanhado pelos legisladores, para não se cair num “frenesim legislativo que, sem ponderação de soluções, leve a regulações que nunca passarão do papel”.

Embora atualmente seja ainda frequente uma visão do Comércio Eletrónico como um espaço “sem lei”, ou, noutra perspetiva, o objeto de uma produção legislativa desordenada, a realidade é que a regulação da Internet e das suas implicações jurídicas, sobretudo o Comércio Eletrónico, não tem estado distanciado da reflexão jurídico-política dos Estados, longe disso, e o ordenamento jurídico deste sector de atividade económica tem-se revelado de um pioneirismo e meticulosidade assinaláveis, nos planos nacionais, comunitário, e internacional.

---

### 2.3.2. REGULAÇÃO OU AUTO-REGULAÇÃO

No domínio de regulação do Comércio Eletrónico, no que se refere ao espaço de liberdade de atuação deixado aos seus agentes, assumem relevo duas perspetivas essenciais, um pouco na esteira da antiga distinção entre Estados “polícia” ou “guarda-noturno”:

---

#### 2.3.2.1 PERSPETIVA REGULADORA

Representa a vertente do protecionismo, em especial dos legítimos interesses dos consumidores, através da intervenção das autoridades públicas. Nesta perspetiva, focaliza-se o indivíduo, e a intervenção do Estado visa garantir a tutela da parte económica e contratualmente mais fraca, o consumidor.

Aos poderes públicos exige-se-lhes que criem condições económicas, jurídicas, tecnológicas e administrativas favoráveis, para obstar a uma vulnerabilidade do consumidor, que se manifesta numa negociação imponderada, compulsiva e muitas vezes camufladamente abusiva.

Esta perspetiva será a mais satisfatória no plano internacional, onde a diferença de padrões entre os vários países constituirá um obstáculo aos mecanismos de “autorregulação”, i.e., apesar da concordância quanto à necessidade de proteger o “interesse público” dos cidadãos, o “quê” e “como” dessa proteção divergem consoante as tradições legais e valores morais de cada país.

### 2.2.2 AUTO-REGULAÇÃO

Esta segunda perspetiva observa o fenómeno do Comércio Eletrónico pela ótica do mercado, consolidando uma visão de liberalização, de não condicionar o desenvolvimento do Comércio Eletrónico com regulamentação precoce ou “asfixiante”.

Os argumentos a favor de uma autorregulação no domínio do Comércio Eletrónico são a manutenção da liberdade de comunicação, o desfasamento temporal entre o processo legislativo e o veloz desenvolvimento dos mercados, e as “fricções” entre governos valorativamente diferentes na regulação de mercados que são globais.

Entre os mecanismos de autorregulação, genericamente consistentes em compromissos assumidos em acordos voluntários, ou standardização através de modelos ou linhas de orientação, assumem especial relevo os chamados “códigos de conduta” elaborados por associações de consumidores ou fornecedores, ou ainda entidades governamentais. Enquanto garante de fidedignidade, transparência e confidencialidade, os códigos de conduta desenvolvem a confiança, chave de toda a construção legal e negocial que envolve o Comércio Eletrónico. A falta de confiança nos processos eletrónicos conduz à decisão de não comprar, carência de confiança esta extensível, por outro lado, aos empresários e governantes. Nesta medida, só a combinação do binómio lei/prática será catalisador de um nível de confiança efetivo, pelo que um código de conduta pode ser olhado como uma espécie de “*checklist*” para um Comércio Eletrónico prudente ou “uma auto declaração de bom comportamento”.

Trata-se, no fundo, de um desenvolvimento da chamada “Netiquette”, um conjunto de normas de autodisciplina de cariz ético-deontológico, assumidas pela própria comunidade de utilizadores da Internet, colmatando ou completando alguma inércia pública e política. Também designado como “*soft law*”, esta autodisciplina não se adequará, todavia, facilmente a sistemas de “*hard law*”, de cariz mais sancionatório, como na generalidade dos Estados europeus.

O direito comparado revela uma União Europeia associada a formas de hetero-regulação, enquanto os Estados Unidos aparecem como ícone da autorregulação nestas matérias. A génese das diferenças legais residirá, em nosso entender, nas diferenças culturais entre a América do Norte e o “Velho Continente”, e no modo de encarar o Direito e o seu papel na sociedade, respetivamente mais orientado para os concretos interesses socioeconómicos no direito americano, e mais vocacionado para o “interesse geral” e “ordem pública” do direito continental

européu. Outra diferença é a via utilizada para regular os novos problemas suscitados pela Sociedade da Informação, pois enquanto na Europa predomina a iniciativa legislativa, nos Estados Unidos impera a atividade jurisprudencial.

Apesar daquela assimetria permanecer reconhecível, a história do Comércio Eletrónico traz-nos já inúmeros exemplos de iniciativas de autorregulação de ambos os lados do Atlântico. A nível europeu, as instâncias comunitárias incentivam a elaboração e disponibilização de Códigos de Conduta, com especial enfoque na proteção dos menores e dignidade humana, e na participação de organizações representativas de cidadãos com deficiências.

Os defensores da perspetiva mais protecionista podem tender a considerar a autorregulação um meio fácil de evitar responsabilidades. Mas aqui como noutros contextos da vida humana, liberdade não deve nunca ser sinónimo de irresponsabilidade, pelo que os resultados da autorregulação deverão ser igualmente protetores, recaindo sobre as empresas o “ónus” de demonstrar a eficiência dessa proteção.

Todavia, a autorregulação não é isenta de dificuldades, desde logo porque exige um mercado organizado, uma ampla aceitação, uma dimensão de coercibilidade e sobretudo porque a lógica empresarial é em regra a da competitividade e não do consenso, porquanto nem sempre o compromisso operado por mecanismos de autorregulação se traduz nas soluções mais económicas e flexíveis.

Defendemos aqui um sistema dual de regulação e autorregulação, não em competição, mas em complementaridade, já que a eficiência e confiança necessárias ao funcionamento do mercado eletrónico só se conseguem pela convergência de uma oferta facilitada e uma procura protegida.

Esta flexibilidade está patente nas Diretivas comunitárias em matéria de Comércio Eletrónico, que tendem a aglutinar os dois modelos acima descritos, por um lado incentivando formas de autocontrolo, mas por outro lado introduzindo regimes dotados de imperatividade, por reconhecer a incapacidade do mercado, por si, corrigir totalmente os desequilíbrios entre as partes contratuais.

## 2.4. FISCALIDADE INDIRETA: O REGIME PORTUGUÊS

O Comércio Eletrónico traz desafios e tem impactes significativos ao nível da fiscalidade. É, e continuará a ser, difícil e oneroso para as autoridades fiscais estabelecer medidas de deteção e de controlo da crescente variedade das transações eletrónicas efetuadas.

Apesar de tecnicamente ser possível detetar o emissário original e o destinatário final das transações eletrónicas, esse processo obriga à existência de um aparelho fiscal altamente sofisticado capaz não só de detetar possíveis evasões fiscais, como também de gerir conflitos jurídico-fiscais entre diferentes sistemas fiscais.

Também, em termos de harmonização fiscal não é fácil chegar a um consenso. Existem inúmeras dificuldades em se estabelecer compromissos viáveis ao nível da harmonização fiscal.

### 2.4.1. CONSIDERAÇÕES SOBRE O IVA

Porque se torna necessário desenvolver um modelo para aplicação do IVA ao Comércio Eletrónico?

“Estima-se que o IVA constitua aproximadamente 1/5 das receitas fiscais dos Estados Membros e como recursos próprios 44% do orçamento comunitário.” (Aujean, 2000, p.22)

É compreensível que a comissão pretenda proteger a integridade desta receita dada a sua responsabilidade pelo próprio sistema fiscal do IVA.

Particularmente, não encontramos qualquer mérito na argumentação da necessidade de um período de não sujeição tributário do IVA até que o Comércio Eletrónico possa desenvolver todas as suas potencialidades. As Administrações Fiscais dão como contribuição para este novo paradigma económico que é necessário estabelecer regras precisas e previsíveis acerca do futuro regime fiscal de aplicação em sede de IVA, para que os operadores saibam exatamente o que se pretende deles.

Para que as transações comerciais (negócio a negócio) efetuadas através de Comércio Eletrónico continuem a atrair “taxa 0” dentro da própria comunidade, os prestadores de serviços deverão observar duas condições principais:

- A prestação de serviços deve ser efetuada com um cliente devidamente identificado em sede de IVA (registado) de um Estado Membro;
- Deverá ser criado um serviço independente e de auditoria que possa comprovar que o serviço fornecido sobre o consumo é de outro Estado Membro.

A Comissão e Administrações Fiscais nacionais deverão por conseguinte ter em conta as medidas necessárias para assegurar e disponibilizar meios que possam proceder à verificação de autenticidade do estatuto de IVA do seu cliente, no momento da referida transação.

Precisaremos considerar duas opções possíveis:

- A primeira, modernizar e expandir a já existente VIES de forma a facilitar uma confirmação mais direta e ampla do estatuto do IVA que permite a transação, não importa onde seja feita, para que se obtenha da administração a imediata verificação eletrónica à informação fornecida pelo cliente. Chamamos a esta abordagem “porta de ligação comum” havendo já por parte de algumas administrações fiscais da UE, indicação desse mesmo procedimento.
- Uma alternativa mais radical vincula as Administrações Fiscais a lançarem-se em terceiras entidades certificadoras, comprometendo-se as mesmas, na generalidade, a fornecer serviços de autenticação independente e permitir-lhes um papel importante no procedimento de confirmação dos registos de IVA. O uso de assinaturas eletrónicas e os procedimentos subjacentes à sua certificação continuam a evoluir, mas parece ser claro que a autenticação independente será primordial no âmbito do Comércio Eletrónico.

No que diz respeito às vendas realizadas aos consumidores privados (ou, todos os que não possuam um registo para efeitos de IVA) levantam-se questões de ordem técnica que se mantem problemáticas até à clarificação de objetivos. Em comparação com as demais transações comerciais, as vendas ao consumidor final para que a transação se complete, necessita-se somente de um mínimo de troca de informações.

Torna-se então necessário que os fornecedores solicitem aos operadores dos sistemas de pagamento, informação adicional acerca dos consumidores para que possam sujeitar às suas próprias obrigações fiscais e encaminhar o consumidor final para a jurisdição fiscal que implique o imposto correto.

Isto pode ser resolvido sabendo simplesmente a “jurisdição de origem” com base na informação detida pelo consumidor e que funcionaria como informação aproximada do local de consumo.



Os agentes económicos devem ter o mínimo de informação para que se possível a aplicação do IVA ao Comércio Eletrónico e são elas:

- Qual o nível de imposto a aplicar e a quem se deverá responsabilizar pelo mesmo?
- Qual o estatuto fiscal do consumidor e a jurisdição aplicável?

---

#### 2.4.2. TRIBUTAÇÃO DOS SERVIÇOS PRESTADOS POR VIA ELETRÓNICA NO ÂMBITO DO IVA

Com a rápida evolução desta forma de negociar torna-se imperativa a modernização das regras aplicáveis em sede de IVA, para que, não impeça a evolução do Comércio Eletrónico mas também não permita a fraude e a evasão fiscais.

É neste contexto que surge em Portugal o Decreto-Lei n.º 130/2003 de 28 de julho, que veio transpor para a ordem jurídica nacional a Diretiva n.º 2002/38/CE do Conselho. Este diploma legal teve como finalidade alterar o CIVA no que reporta a regras de localização dos serviços prestados por via eletrónica, e instituir um regime especial aplicável aos sujeitos passivos não estabelecidos na Comunidade, que prestem serviços por via eletrónica a não sujeitos passivos nela residentes.

No entanto, o Decreto-Lei não define o que deve ser entendido por serviços prestados por via eletrónica. O legislador optou por aditar no artigo 3.º, um anexo (anexo D)<sup>15</sup>, que contém uma lista dos serviços prestados por via eletrónica a que se refere a alínea I) do n.º 11 do art. 6.º do CIVA, nomeadamente:

*“1 - Fornecimento de sítios informáticos, domiciliação de páginas web, manutenção à distância de programas e equipamentos.*

*2 - Fornecimento de programas e respetiva atualização.*

*3 - Fornecimento de imagens, textos e informações e disponibilização de bases de dados.*

---

<sup>15</sup> Este anexo foi republicado no Decreto-Lei n.º 102/2008, de 20 de junho.

*4 - Fornecimento de música, filmes e jogos, incluindo jogos de azar e a dinheiro, e de emissões ou manifestações políticas, culturais, artísticas, desportivas, científicas ou de lazer.*

*5 - Prestação de serviços de ensino à distância. Quando um prestador de serviços e o seu cliente comunicam por correio eletrónico, esse facto não significa só por si que o serviço prestado é um serviço eletrónico.”*

A opção pela listagem dos serviços e não pela definição reside no facto desta poder ser bastante abrangente. No sentido de evitar possíveis equívocos, foi introduzida no anexo D já referido, uma norma de delimitação negativa de conteúdo, de carácter interpretativo. Segundo a alínea l) do n.º 11 do art. 6.º do CIVA o facto de um prestador de serviços e o seu cliente comunicarem por correio eletrónico (e-mail), não significa por si só que estejamos perante um serviço eletrónico. Contudo, tudo que for além desta comunicação por correio eletrónico é enquadrado no conceito de serviços prestados por via eletrónica.

O Comércio Eletrónico realiza-se muitas vezes entre operadores de países distintos. No entanto, poderá haver situações em que estas operações podem ser feitas de forma dissimulada e sem deixarem rasto. Neste caso, coloca-se o problema da localização do vendedor/prestador de serviços e a necessidade de regras de localização.

Consequentemente, foram estabelecidas a nível comunitário novas regras de localização das prestações de serviços que entraram em vigor a 1 de janeiro de 2010, com exceção das regras relativas à localização das prestações de serviços de telecomunicações, radiodifusão e televisão e serviços eletrónicos, no caso de o adquirente se tratar de um particular<sup>16</sup>.

Assim, o Decreto-lei nº 186/2009, de 12 de agosto veio transpor o artigo 2.º da Diretiva nº 2008/8/CE de 12 de fevereiro de 2008 relativa ao sistema comum do IVA, tendo alterado em janeiro de 2010 o CIVA.

De notar que o art.1.º da referida Diretiva<sup>17</sup> não foi objeto de transposição, na medida em que as regras nele previstas já se encontravam na legislação portuguesa, no artigo 6.º do CIVA.

---

<sup>16</sup> Que entrarão efetivamente em vigor a 1 de janeiro de 2015.

<sup>17</sup> Diz respeito às regras relativas aos serviços de radiotelevisão e televisão e aos serviços prestados por via eletrónica.

Assim, e segundo a alínea a) do n.º 6 do referido artigo, são tributados em território nacional os serviços prestados por via eletrónica efetuados por um prestador, que não esteja estabelecido em território nacional, a um adquirente que seja sujeito passivo de imposto nos termos da alínea a) do n.º 1 do art. 2.º do CIVA.

Ainda de acordo com a alínea d) do n.º 12 do mesmo artigo são tributáveis no território nacional os serviços prestados por via eletrónica realizados por um sujeito passivo não estabelecido na Comunidade a um adquirente residente no território nacional que não seja sujeito passivo nos termos da alínea a) do n.º 1 do art. 2.º do CIVA.

Por sua vez a alínea l) do n.º 11 do artigo 6.º refere que não se considera localizado em território nacional o serviço prestado por via eletrónica, mesmo que o prestador seja estabelecido em território nacional se o adquirente for uma pessoa estabelecida ou domiciliada fora da comunidade.

No entanto, o Decreto-Lei 130/2003, em conformidade com as regras da Diretiva 2002/38, vem em anexo prever um “regime especial aplicável a sujeitos passivos não estabelecidos na Comunidade que prestem serviços por via eletrónica a sujeitos passivos aí residentes”.

Assim, consideram-se sujeitos passivos não estabelecidos na Comunidade as pessoas singulares ou coletivas que não disponham de sede, ou estabelecimento estável ou domicílio fiscal no território de qualquer Estado Membro e que em nenhum deles estejam registados para efeitos de IVA<sup>18</sup>.

A principal característica deste regime traduz-se na possibilidade dos sujeitos passivos não estabelecidos na Comunidade que prestem serviços por via eletrónica a não sujeitos passivos residentes em qualquer Estado Membro optarem pelo registo num Estado Membro à sua escolha e a partir daí cumprirem as respetivas obrigações declarativas.

O n.º 1 do art. 4.º do regime especial estabelece que os sujeitos passivos abrangidos por este regime devem proceder ao pagamento do imposto devido, por todos os serviços prestados

---

<sup>18</sup> Conforme refere a alínea a) do art. 2.º do regime aplicável aos sujeitos passivos não estabelecidos na comunidade que prestem serviços por via eletrónica a não sujeitos passivos nela residentes.

via eletrónica na Comunidade, mediante depósito numa conta bancária denominada em Euros, indicada pela Direção Geral do Tesouro no caso português.

Como o Estado beneficiário de tributação é o do consumo, o Estado de identificação terá de assegurar que o montante pago pelo sujeito não estabelecido é transferido para conta bancária, em Euros, que lhe tiver sido indicada por esse Estado Membro. Quando a contraprestação não seja expressa em Euros, deve ser aplicada a taxa de câmbio do último dia do período abrangido pela declaração, tal como vem referido no n.º 2 do art.º 4.º do regime especial.

Para além da obrigação de pagamento do imposto, os referidos sujeitos passivos são obrigados a declarar, por via eletrónica, o início, a alteração e a cessação da sua atividade. Segundo a alínea b), n.º 1, art. 5.º do regime especial, os sujeitos passivos não estabelecidos têm que apresentar a declaração periódica de IVA até ao dia vinte do mês seguinte ao final do trimestre do ano civil a que respeitam as operações.

De acordo com o n.º 1 do art. 7.º do mesmo regime, os sujeitos passivos não estabelecidos, mas que optem pela aplicação do regime especial, ficam excluídos do direito à dedução previsto no art. 19.º do CIVA, podendo, contudo, solicitar o reembolso do imposto suportado em território nacional de acordo com o disposto no Regime de reembolso de IVA a sujeitos passivos não estabelecidos no Estado Membro do reembolso<sup>19</sup>. Não havendo lugar à aplicação das regras de reciprocidade, nem à nomeação do representante fiscal referido no n.º 2 do art. 18.º do Regime de reembolso do IVA a sujeitos passivos não estabelecidos no Estado Membro do reembolso.

O regime, na alínea c) dos números 1 e 9 do art. 5.º do anexo ao Decreto-Lei 130/2003, impõe a obrigação de conservação dos registos das operações abrangidas pelo regime especial, de forma a permitir à Administração Fiscal do Estado de consumo verificar os elementos constantes da declaração a que se refere a alínea b) do n.º 1 do mesmo artigo e, assim, controlar a receita que lhe pertence. Os referidos registos devem ser mantidos em arquivo por um período de 10 anos após o final do ano em que a operação foi efetuada.

---

<sup>19</sup> Redação do Decreto-lei 186/2009, de 12 de Agosto (entrou em vigor a 1 de janeiro de 2010).

## 2.5. A TRIBUTAÇÃO DO RENDIMENTO

No âmbito do rendimento torna-se difícil definir quem tributar e o que tributar devido à grande mobilidade dos rendimentos e ao anonimato a que os intervenientes do Comércio Eletrónico podem estar sujeitos. Para além disso, a inexistência de barreiras físicas vem dificultar a determinação de soberania fiscal.

Os métodos de fiscalização dos rendimentos estão pensados para um mundo físico, desde a origem ao destino dos capitais. Ora, sendo o Comércio Eletrónico um meio intangível de negociar, facilmente se compreende que os métodos possam falhar neste campo.

No que concerne à tributação do rendimento resultante do Comércio Eletrónico, o grande desafio que se coloca em termos de Equidade e de Neutralidade é o de não penalizar nem permitir vantagens.

As consequências geradas pela eliminação de fronteiras, a necessidade de existência de Neutralidade em relação ao Comércio Eletrónico e a jurisdição e competência para aplicação dos impostos são alguns dos problemas colocados às Administrações Fiscais resultantes deste novo paradigma de comércio.

---

### 2.5.1. A IMPORTÂNCIA DOS ACORDOS DE DUPLA TRIBUTAÇÃO

A adesão de Portugal à UE em 1986 obrigou o país a uma maior abertura ao exterior. A internacionalização tornou-se deste modo uma palavra-chave nos anos 90, tendo sido celebradas durante esta década várias convenções sobre dupla tributação<sup>20</sup>.

A dupla tributação internacional é cada vez mais frequente dado o desenvolvimento das relações económicas internacionais e surge pelo facto de uma determinada situação estar conexa

---

<sup>20</sup> As convenções para eliminar a dupla tributação são tratados ou acordos celebrados entre dois ou mais Estados, tendo como objetivo definir a competência tributária e a metodologia a adotar pelos Estados contratantes na eliminação da dupla tributação.

com mais do que um país. Esta poderá ser distinguida entre dupla tributação jurídica e económica.

A primeira ocorre quando o rendimento de um contribuinte é sujeito a imposto em duas ou mais jurisdições, isto é, a mesma pessoa é tributada relativamente ao mesmo rendimento ou património mais do que uma vez. A dupla tributação económica internacional ocorre sempre que o mesmo rendimento é tributado em mais do que um Estado, ou seja duas pessoas diferentes são tributadas pelo mesmo rendimento<sup>21</sup>.

Ora a dupla tributação internacional, origina reflexos negativos nas relações económicas internacionais sendo por esse motivo necessário elimina-la ou atenua-la.

Os tratados unilaterais ou bilaterais surgem precisamente com o intuito acima referido. Por outro lado, e seguindo o raciocínio de Pires (2011), a existência de acordos para evitar ou eliminar a dupla tributação, pressupõe a aceitação da existência de uma tributação simultânea na fonte e na residência, pois caso contrário não existiria a necessidade de celebrar acordos bilaterais ou multilaterais com o intuito de eliminar ou atenuar a dupla tributação, seja ela económica ou jurídica.

Mediante a aplicação de mecanismos, tais como o crédito de imposto, taxas reduzidas ou isenções, é possível aos Estados signatários a atenuação ou eliminação da dupla tributação internacional.

De acordo com Teixeira (2008), no âmbito dos impostos sobre o rendimento e capital, Portugal segue o modelo da convenção OCDE. Este, elaborado de modo a prosseguir os princípios fiscais já enumerados, é baseado no princípio da residência. A tributação na fonte é apenas permitida em situações excecionais, com a aplicação de taxas reduzidas sobre algumas categorias de rendimentos.

Ao negociar uma convenção de dupla tributação, os Estados abdicam de algumas receitas fiscais em detrimento do outro Estado contratante<sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> É o exemplo clássico da tributação do lucro.

<sup>22</sup> Princípio da reciprocidade.

---

### 2.5.2. ELEMENTOS DE CONEXÃO: RESIDÊNCIA E FONTE

A existência de uma obrigação de imposto depende de um conjunto de pressupostos previstos nas normas de incidência. Entre esses pressupostos encontra-se sempre, além de outros, a sujeição a uma determinada ordem tributária, a qual é estabelecida pela lei em função de elementos de conexão. O elemento de conexão traduz uma particular ligação entre o facto económico e um determinado Estado, sendo essa ligação que legitima o poder de tributar o facto em concreto. Nesta matéria existem dois princípios fundamentais, que originam dois elementos de conexão, que são o princípio da residência e o da fonte. O primeiro utiliza como elementos gerais de conexão a “residência” do titular e o segundo a “fonte do rendimento” que é a jurisdição em que o rendimento do titular foi produzido.

Por outro lado, na sequência das recomendações da OCDE, a tributação do Comércio Eletrónico não deverá ser sujeita a qualquer regime especial, mas sim reger-se pelos mesmos princípios e técnicas de tributação das transações reais ou materiais.

Concluimos pois, que os elementos de conexão acima referidos deverão ser aplicados a esta nova realidade. Importa então, analisarmos estes dois princípios.

Assim, segundo o princípio da residência, os indivíduos e as pessoas jurídicas são tributadas no seu país de residência. Neste sentido, o modelo de Convenção da OCDE define residente, do seguinte modo:

“Residente de um Estado Contratante significa qualquer pessoa que, ao abrigo da legislação desse Estado, se encontra aí sujeito a imposto por força do seu domicílio, residência, local de direção ou a qualquer outro critério de natureza similar”.

A determinação da residência de uma entidade, para efeitos fiscais, é de extrema importância para a aplicação das convenções sobre a dupla tributação. A residência delimita os poderes tributários dos Estados envolvidos, garantindo simultaneamente, segundo Xavier (2006), os interesses de ambos. Deste modo, apenas poderá existir uma residência fiscal, sendo que terá sempre de existir uma.

Como é fácil de intuir, no Comércio Eletrónico o conceito de residência aparece fragilizado, porque pode ter por base dois critérios<sup>23</sup>: o critério da sede e o da direção efetiva. No primeiro, considera-se como residente a empresa constituída ao abrigo das leis fiscais desse país. No segundo, considera-se como residente a empresa que detenha a sua direção efetiva no país onde se constituiu.

No entanto, este último critério é violado ao existir, por exemplo, a videoconferência e outras formas de direção conjunta, já que os membros da direção podem estar localizados em diferentes países e assumir a direção da empresa à distância. Face ao exposto, é difícil definir qual o local de direção efetiva.

A resolução deste problema pode, eventualmente passar, pelo reporte de residência a um determinado país com o acordo das respetivas Administrações Fiscais<sup>24</sup>. Em última análise, estas podem socorrer-se de critérios para aferição de residência, como sendo o local de maior volume de negócios, ou o local de reunião dos órgãos sociais indicado no Registo Comercial.

A propósito deste problema, Pires (2011), defende a construção de uma hierarquia com vários elementos que permitam determinar a residência societária eletrónica:

- 1º - Direção efetiva;
- 2º - Centro de interesses vitais societário;
- 3º - Elementos residenciais fornecidos *on-line* ao cliente pela sociedade como ponto de partida; e
- 4º - Tributação direta dos acionistas.

Ainda segundo o mesmo autor, se um dos critérios acima referidos não funcionar não surgirá um vazio, dado que imediatamente se recorrerá ao critério seguinte.

Quando não opera o elemento da residência, outro elemento de conexão relevante é a fonte do rendimento, significando que a tributação deve fazer-se no Estado de que os rendimentos são proveniente. Ora, é a propósito deste critério, que existe uma maior dificuldade de enquadramento do Comércio Eletrónico nos modelos de comércio tradicional.

---

<sup>23</sup> A sede ou direção efetiva é nos termos do artigo 4.º, § 3 do modelo da OCDE o elemento central que permite apurar o local de residência.

<sup>24</sup> Alínea d) do n.º 2 do art. 4 do Modelo OCDE.



A questão que se impõe é a de saber como pode ser aplicado ao Comércio Eletrónico um conceito que foi criado para o comércio tradicional.

Segundo Pereira (2007), o conceito de estabelecimento estável assume a maior importância como elemento caracterizador da origem ou fonte dos rendimentos.

As definições internas e também as definições das convenções sobre a dupla tributação, de estabelecimento estável seguem por regra a definição apresentada pelo art. 5.º da Convenção da OCDE. Deste modo, de acordo com aquele artigo, a expressão estabelecimento estável significa uma instalação fixa (vertente espacial/material) através da qual a empresa exerça a totalidade ou parte da sua atividade (vertente funcional). Contudo, na ausência de instalações físicas, uma empresa pode ainda assim ter estabelecimento estável bastando que uma pessoa num determinado Estado aja por sua conta e detenha poderes para efetuar contratos em nome da empresa.

No âmbito do Comércio Eletrónico a noção de estabelecimento estável compreende duas ferramentas típicas que são a Página Web e Servidor e a Internet Services Provider (ISP).

Uma Página Web não é mais que uma combinação de *software* e dados eletrónicos alojados num determinado servidor. À luz do art. 5.º da Convenção do Modelo da OCDE, não sendo a página Web um bem corpóreo e não possuindo por esse motivo uma localização física, nunca, poderá por si só, constituir um local de negócio, pelo que não é passível de se qualificar como estabelecimento estável.

Questão diversa poderá ser a do Servidor em que a Página Web está alojada e a partir do qual pode ser acedido. Neste caso, estamos na presença de um equipamento informático que tem obviamente uma determinada localização e poderá constituir uma instalação fixa.

No entanto, Portugal reservou-se no direito de não partilhar esta orientação. Considera que uma empresa que desenvolva um determinado negócio através de uma Página Web pode ser considerada como tendo estabelecimento estável nesse país sendo aí tributada. Em nossa opinião, parece-nos pouco defensável esta posição, na medida em que pode afastar o Comércio Eletrónico para outros países.

Um ISP oferece principalmente o serviço de acesso à Internet, mas agrega-lhe outros relacionados, tais como "e-mail", "hospedagem de sites" ou "blogs", entre outros.

De acordo com o art. 5.º da Convenção do Modelo da OCDE, o ISP, enquanto agente independente que age por conta própria do decurso do seu negócio, não tem qualquer tipo de autoridade para representar o seu e-distribuidor perante os clientes do mesmo.

Deste modo, não tendo o ISP autoridade jurídica ou económica para concluir contratos em nome do e-distribuidor não poderá ser considerado estabelecimento estável.

Saliente-se que, se por ventura o ISP agir em nome e conta da empresa como agente dependente, poderá ser considerado à luz do art. 5.º do Modelo da Convenção da OCDE um estabelecimento estável.

Podemos pois concluir que a determinação de um estabelecimento estável encontra-se sempre associada a uma análise a elementos físicos e com carácter permanente.

Ora tais elementos são de acordo com Pires (2011), difíceis de adaptar à realidade do Comércio Eletrónico, dado que “a realidade virtual assenta, sobretudo no desprendimento da realidade física”.

---

### 2.5.3. A PROBLEMÁTICA ASSOCIADA AO IMPOSTO SOBRE O RENDIMENTO

Algumas correntes defendem a não tributação em impostos diretos do Comércio Eletrónico argumentando que este não deverá ser tributado por se tratar de uma indústria em desenvolvimento e que como tal, deverá experimentar um período de isenção por forma a estabilizar-se.

Contudo, dado o crescimento das vendas *on-line*, a isenção tributária deste tipo de transações implicaria a erosão das receitas dos Estados, uma vez que os consumidores iriam optar, como é lógico, por elas em detrimento do comércio tradicional.

Não tributar as transações por meio eletrónico significaria não só comprometer o Princípio da Neutralidade como afetar a Equidade da tributação. Iria comprometer o Princípio da Neutralidade, pois um contribuinte não deve ter como lógica de consumos fatores tributários. As decisões de consumo devem ser motivadas por decisões económicas e não fiscais.

Afetaria ainda a equidade da tributação, já que indivíduos que se encontram em situação semelhante e que efetuam transações semelhantes devem ser submetidos a níveis de tributação semelhantes. Ora, caso o Comércio Eletrónico ficasse isento de tributação, indivíduos com a mesma capacidade económica seriam tributados de forma desigual.

Conforme supra referido, nos impostos diretos o problema consiste em aferir o país no qual os rendimentos se produzem e onde deverão ser tratados. No meio eletrónico existe a dificuldade em identificar os indivíduos ou mesmo as transações. Neste campo a atuação das Autoridades Fiscais encontra-se dificultada pela própria natureza da Internet que permite comunicar à escala mundial.

A necessidade de neutralidade tributária entre diferentes formas de atividades económicas requer que as transações eletrónicas sejam tributadas da mesma maneira que o comércio tradicional.

Por outro lado, a Neutralidade rejeita a criação de impostos adicionais sobre o Comércio Eletrónico, como sendo por exemplo o “bit tax” sugerido por Cordell (1996). Este imposto visava tributar a uma única taxa cada bit transmitido pelas linhas de telecomunicações.

De facto, tal imposto podia apresentar algumas vantagens, como sendo, a sua incidência sobre a totalidade da base tributável e a sua fácil aplicação. No entanto, várias dificuldades se colocariam relativamente ao “bit tax”. Que transmissões se deveriam encontrar sujeitas a imposto? Como se faria a redistribuição deste tipo de imposto pelos Estados? Como seria evitada a dupla tributação?

Por outro lado, um imposto deste tipo, iria originar uma distorção na economia, dada a absoluta ausência de correlação com o valor económico do bem que tributa.

Contudo, se a criação de novos impostos afeta o Princípio da Neutralidade, os conceitos de residência e tributação na fonte, também apresentam as suas fragilidades.

Será o princípio da tributação na fonte obsoleto relativamente ao Comércio Eletrónico?

A tributação na fonte implica a imputação de todas as categorias de rendimento a um estabelecimento estável situado no país fonte. No entanto, conforme já referimos a definição de estabelecimento estável, surge fragilizada no Comércio Eletrónico.

Face ao exposto, dada a dificuldade de determinação do local do nascimento do facto tributário, podemos concluir que a tributação na fonte sofre de bastantes dificuldades de implementação.

No entanto, a adoção do critério da residência como forma de se estabelecer uma obrigação fiscal, apresenta igualmente algumas desvantagens, nomeadamente no que respeita ao controlo das operações realizadas fora desse espaço territorial.

Segundo Teixeira (2008), “a tributação segundo o critério da residência envolve tributar o rendimento independentemente do local onde é originário, i.e., a jurisdição fiscal é exercida pelo estado de residência do contribuinte”, ora, para tal, apenas poderá existir uma única residência. Contudo, a natureza do Comércio Eletrónico permite colocar em causa esta exigência dado que a sede como local onde se reúne o conselho de administração de uma empresa pode ser bastante manipulável<sup>25</sup>.

Podemos, ainda, afirmar que a prática de preços de transferência<sup>26</sup> é um dos maiores problemas do Comércio Eletrónico. Este é um problema agravado pela existência dos paraísos fiscais, os quais, além de não tributarem ou de sub-tributarem os rendimentos, impedem que se identifiquem as pessoas físicas que se encontram por trás das referidas empresas. O Comércio Eletrónico veio, desta forma, aumentar a complexidade da análise da composição de preços de transferência, nomeadamente pelas dificuldades na aplicação dos métodos tradicionais, baseados nas transações e na determinação de comparáveis.

---

<sup>25</sup> Existindo por exemplo, a possibilidade de efetuar reuniões por videoconferência, como vimos, o local da sede pode ser abstrato.

<sup>26</sup> O regime de preços de transferência a vigorar em Portugal aplica-se aos períodos de tributação iniciados em 1 de janeiro de 2002. Encontra-se regulado no artigo 63.º do Código do IRC e na Portaria nº 1446 – C/2001 de 21 de dezembro, sendo baseado nas orientações provenientes da OCDE. Os preços de transferência referem-se aos valores atribuídos a operações entre entidades relacionadas. O principal objetivo consiste em assegurar que as receitas fiscais não sofram diminuições em consequência da transferência de resultados entre entidades pertencentes ao mesmo grupo económico ou relacionadas em determinado contexto. Pretende-se, ainda, assegurar o cumprimento do princípio da plena concorrência: os termos e condições praticadas em operações ou séries de operações vinculadas devem ser substancialmente idênticos aos que seriam praticados entre entidades independentes em operações comparáveis.

Face ao exposto e apresentadas as grandes dificuldades inerentes à tributação do Comércio Eletrónico podemos concluir que um consenso internacional seria fundamental para implementar um sistema capaz de identificar as transações e auxiliar na cobrança de impostos.

Talvez a maneira mais eficaz, do ponto de vista governamental, fosse uma ação coordenada capaz de controlar o “mundo *on-line*”. De uma forma simplista poderíamos dizer que o modo mais rápido e direto para evitar conflitos seria definir uma legislação internacionalmente aceite.

As experiências dos últimos anos revelam que a natureza global do Comércio Eletrónico requer a cooperação de todos os países. Apesar do trabalho que tem vindo a ser desenvolvido pela OCDE ser exemplo positivo de cooperação, os Estados devem ainda consolidar os seus esforços para resolver as questões colocadas pelo Comércio Eletrónico.

A natureza global da Internet impossibilita que em matéria de tributação os países procurem estratégias unicamente individuais, uma vez que tais ações têm impactes não somente num plano interno como também na perspetiva de outros interessados.

Um diálogo global é a única forma de evitar conflitos inconciliáveis entre políticas fiscais.

É evidente que o Comércio Eletrónico tem um enorme potencial para servir os interesses de toda a humanidade. No entanto, a realização de muitos dos aspetos positivos do mesmo irá depender substancialmente da forma como será tributado no futuro.

---

### 2.5.3. IMPACTO DO COMÉRCIO ELETRÓNICO NA TRIBUTAÇÃO DIRETA EM PORTUGAL

#### 2.5.3.1. O PROBLEMA DA LOCALIZAÇÃO DA ATIVIDADE E A NOÇÃO DE ESTABELECIMENTO ESTÁVEL

---

A questão que surge então, é a de saber o que aos olhos das administrações tributárias constituirá, futuramente, esta base “física”. Esquematicamente e teoricamente, poderão prever-se três opções:

- A tributação no local da sede jurídica do fornecedor/comerciante: Esta solução choca com o facto de que uma implantação aparente num paraíso fiscal permitiria a todo o operador escapar de toda a tributação. Do ponto de vista dos princípios, tal levaria a uma forte distorção de concorrência em relação aos operadores, sejam eles tradicionais, ou juridicamente constituídos nos Estados com tributação normal, salvo recurso a disposições anti abuso;
- A tributação no local do servidor: Aquele que poderia ser considerado um dos elementos constitutivos de um estabelecimento estável, principalmente através da localização das pessoas encarregadas da sua manutenção e das operações administrativas, da instalação fixa de negócios. No entanto esta solução apresenta também limites que facilitam a evasão fiscal, quebrando assim a equidade: estabelecimento do servidor num paraíso fiscal, deslocação física do servidor ou, mais ainda, recurso a um IPS e a um gerador de servidor independentes;
- A tributação no local do consumo: De forma semelhante ao princípio em vigor para o consumo de bens materiais, a tributação dos resultados poderia intervir no lugar do consumo através do cliente: além de que este princípio é igualmente mais difícil de pôr em prática ainda que não pareça – deve pressupor como local de consumo o local de pedido, o que é uma simplificação abusiva – este dispositivo gera importantes dificuldades práticas de controlo relacionadas com a capacidade das administrações de “seguir o rasto” ex post das transações na rede e de controlar a parte do resultado a afetar a uma determinada operação.

### 3. A ASSINATURA DIGITAL/ELETRÓNICA E A FATURAÇÃO ELETRÓNICA

Deve ter-se em atenção que os avanços tecnológicos são mais rápidos que a criação e implementação da segurança nesses novos produtos - existirá sempre um diferencial que representará ameaças para os Sistemas de Informação. Teremos então que implementar as chamadas políticas de Segurança, e haverá necessidade de avaliar os bens face aos riscos, isto é, se acidental ou deliberadamente, a informação é:

- Divulgada – perda de confidencialidade
- Modificada – perda de integridade
- Destruída – perda de disponibilidade

Neste caso específico dos sistemas de informação assumirão características especiais as suas componentes principais:

- Confidencialidade – assegurar a privacidade da informação;
- Integridade – assegurar que a informação, e o seu *software* de processamento, são alterados sempre de uma maneira bem específica e autorizada;
- Disponibilidade – assegurar que os sistemas funcionam de acordo com o planeado, e o acesso à informação não é negado aos utilizadores autorizados;
- Utilidade – assegurar a utilidade da informação para o fim a que se destina;
- Autenticidade – a informação é real e verdadeira para os objetivos definidos;
- Posse – assegurar a posse e o controle da informação;
- Não-recusa – a informação, uma vez enviada, não pode ser recusada;
- Auditoria – assegura que uma ação corretiva é desencadeada quando ocorre um problema de segurança (Ferrão, 2000).

### 3.1. ASSINATURA ELETRÓNICA

---

#### 3.1.1. A NECESSIDADE DE UMA ASSINATURA ELETRÓNICA CERTIFICADA

O funcionamento da Internet baseia-se sobretudo na confiança.

De facto, estamos na presença de um mundo virtual “*on-line*”, no qual não se veem as pessoas, ou organizações, que estão no outro lado da linha.

Como não se conhecem fisicamente as entidades com quem interagimos acreditamos que elas são aquilo que dizem que são.

No entanto, não é possível generalizar esta situação dado que existem muitos “piratas” na Internet prontos a tirar partido dessa situação.

As assinaturas eletrónicas são usadas para verificar que a entidade que está a enviar informação, um número de cartão de crédito, ou uma mensagem em geral através da Internet é quem realmente diz que é. (Ferrão, 2000)

Podemos considerar a falta de segurança um dos maiores obstáculos ao desenvolvimento do Comércio Eletrónico. Efetivamente os problemas de segurança e a pouca confiança dos utilizadores nas novas tecnologias continuam a prejudicar as relações comerciais realizadas por meio de sistemas de informação conforme é revelado num inquérito efetuado pelo INE em Portugal acerca da utilização de tecnologias de informação e da comunicação pelas famílias em 2009.

A Tabela 4 revela que 57% dos inquiridos não utilizam o comércio digital devido a problemas de segurança/preocupação em fornecer dados do cartão crédito através da Internet, 53,1% considera existirem problemas de privacidade manifestando preocupação em fornecer dados pessoais através da Internet. A falta de confiança relacionada com a receção e devolução de bens, e preocupação com reclamações ou queixas é revelada por 42,2% dos indivíduos.



**TABELA 4 – RAZÕES PARA NÃO EFETUAR ENCOMENDAS ATRAVÉS DA INTERNET (%), 2009**

Ano: 2009	Unidade: %
Não teve necessidade	67,1
Prefere o contacto pessoal com o vendedor e com o produto	90,0
Força de hábito ou fidelidade aos comerciantes ou fornecedores habituais	69,1
Dificuldade em encontrar nos websites informação relevante sobre os bens ou serviços	14,0
Problemas com a entrega (ex: demoras nas entregas ou problemas logísticos)	14,3
Bens ou serviços de que necessita não estão disponíveis na Internet	8,8
Preocupações com a segurança dos pagamentos (ex: fornecer dados de cartão de crédito)	57,0
Problemas de privacidade (ex: fornecer dados pessoais)	53,1
Problemas de confiança relativos à recepção ou devolução de bens, preocupações com reclamações ou queixas	42,2
Não tem cartão de crédito ou débito para efectuar pagamentos através da Internet	11,3
Velocidade da ligação à Internet demasiado lenta	5,2
Falta de competências, não sabe utilizar ou não se sente preparado	22,2
Outras	3,4

*Fonte: INE (2009, p. 8)*

A regulamentação da assinatura eletrónica foi um primeiro passo no sentido de se criar um ambiente de confiança e segurança por parte dos utilizadores do Comércio Eletrónico, condição essencial para o sucesso desta forma de comércio.

### 3.1.2. A CERTIFICAÇÃO

As assinaturas eletrónicas são emitidas por empresas certificadoras que colocam a informação relativa à entidade num disco magnético, depois de encriptada criando-se assim uma assinatura eletrónica única para essa entidade.

Quando alguém, com uma assinatura eletrónica acede a um sítio, ou envia correio eletrónico, a assinatura é também presente (anexada no caso do correio eletrónico) e garante que o utilizador é quem diz que é.

Dado que se usam tecnologias de encriptação muito poderosas as assinaturas eletrónicas são muito seguras.

De facto, as assinaturas eletrónicas, são até mais seguras que as assinaturas reais dado que estas podem ser falsificadas, o que não acontece com as eletrónicas.

As assinaturas eletrónicas são emitidas pois por entidades certificadoras que prestam esse serviço por um determinado valor.

A assinatura eletrónica contém informações tais como o nome de quem quer fazer a assinatura, o nome da entidade certificadora, o número de série da assinatura, o número da versão da assinatura, a data limite de validade da assinatura, uma chave de encriptação e a assinatura eletrónica da entidade certificadora.

Em Portugal, o sistema da assinatura eletrónica encontra-se previsto no Decreto-Lei n.º 290-D/99 de 2 de agosto que aprova o regime jurídico dos documentos eletrónicos e da assinatura eletrónico. No entanto o Decreto-Lei n.º 290-D/99 foi publicado antes da Diretiva n.º 1999/93/CE, relativa ao quadro legal sobre as assinaturas eletrónicas, pelo que o diploma nacional, na sua versão inicial não podia constituir a transposição desta Diretiva para o ordenamento jurídico Português.

Esta Diretiva parte da contestação da existência de regras divergentes quanto ao reconhecimento legal das assinaturas eletrónicas e acreditação dos prestadores de serviços de certificação nos Estados Membros, referindo que o rápido crescimento tecnológico e o carácter global da Internet exigem uma abordagem aberta às diversas tecnologias e serviços, capazes de autenticar eletronicamente os dados.

A transposição da Diretiva n.º 1999/93/CE para o ordenamento jurídico Português foi efetuada assim pelo Decreto-Lei n.º 62/2003, de 3 de abril.

De acordo com o referido Decreto-Lei a assinatura eletrónica é o *“resultado de um processamento eletrónico de dados suscetível de constituir objeto de direito individual e exclusivo e de ser utilizado para dar a conhecer a autoria de um documento eletrónico”*.

Deste modo, o documento que contenha uma assinatura eletrónica tem o mesmo valor que um documento em papel que contenha uma assinatura manual, feita pelo punho do seu titular.

De acordo com Pereira (2004), *“é como se a assinatura do utilizador fosse autenticada pelo notário, porém substituindo a sua forma física pela digital”*.

A assinatura eletrónica pode ser avançada ou qualificada, correspondendo a diferentes graus de segurança e fiabilidade:

**A assinatura eletrónica avançada**, de acordo com o Decreto-Lei 62/2003, trata-se de uma assinatura eletrónica que preencha os seguintes requisitos:

- “i) Identifica de forma unívoca o titular como autor do documento;*
- ii) A sua aposição ao documento depende apenas da vontade do titular;*
- iii) É criada com meios que o titular pode manter sob seu controlo exclusivo;*
- iv) A sua conexão com o documento permite detetar toda e qualquer alteração superveniente do conteúdo deste”.*

Segundo o mesmo normativo, a assinatura eletrónica avançada pode ainda ser tida como assinatura digital, *“enquanto modalidade de assinatura eletrónica avançada baseada em sistema criptográfico assimétrico composto de um algoritmo ou série de algoritmos, mediante o qual é gerado um par de chaves assimétricas exclusivas e interdependentes, uma das quais privada e outra pública, e que permite ao titular usar a chave privada para declarar a autoria do documento eletrónico ao qual a assinatura é aposta e concordância com o seu conteúdo e ao destinatário usar a chave pública para verificar se a assinatura foi criada mediante o uso da correspondente chave privada e se o documento eletrónico foi alterado depois de aposta a assinatura”.*

Por sua vez, a **assinatura eletrónica qualificada** corresponde à assinatura digital ou outra modalidade de assinatura eletrónica avançada que respeite as exigências de segurança idênticas às da assinatura eletrónica baseadas num certificado qualificado e mediante um dispositivo seguro de criação de assinatura. O certificado qualificado é um documento eletrónico que liga os dados de verificação de assinatura ao seu titular confirmando a sua identidade.

A assinatura digital é vista como a técnica mais reconhecida da assinatura eletrónica, apresentando um elevado grau de segurança para as trocas de dados em redes abertas. Funciona como um selo eletrónico que permite ao utilizador a certificação dos dados enviados via eletrónica, verificando a sua origem. Funciona como certificação e confirmação da integralidade dos dados, isto é, permite detetar se os dados foram ou não alterados após a assinatura.

O Decreto-Lei n.º 62/2003 que regula a validade, eficácia e o valor probatório dos documentos eletrónicos e a assinatura eletrónica, designa uma entidade de controlo da atividade

de certificação de assinaturas e define as condições de credenciação da atividade e os direitos e deveres das entidades certificadoras. No seu artigo 7.º, enuncia os requisitos necessários da assinatura eletrónica, especificando claramente que esta equivale a uma assinatura dos documentos escritos, servindo para identificar a pessoa emitente do documento eletrónico e certificar que o documento não sofreu qualquer alteração desde que a mesma lhe foi aposta.

---

#### 3.1.2.1. ATIVIDADE DE CERTIFICAÇÃO

O acesso à atividade de certificação encontra-se regulamentado no artigo 9.º e seguintes do Decreto-Lei n.º290-D/99, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 62/2003, de 3 de abril.

A atividade de certificação de assinaturas eletrónicas não está sujeita a autorização administrativa prévia, sendo livre o exercício da atividade de entidade certificadora, no entanto a credenciação de entidades certificadoras de assinaturas eletrónicas qualificadas é feita através de pedido apresentado à autoridade credenciadora, e é válida pelo período de três anos, podendo ser renovada por períodos de igual duração.

As entidades certificadoras privadas, que sejam pessoas coletivas, devem estar dotadas de capital social de valor mínimo de 200.000 euros ou, não sendo sociedades, do valor patrimonial equivalente.

Nos termos do Decreto-Lei n.º290-D/99, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 62/2003, de 3 de abril, da alínea i) do n.º 3 do art. 18º do Decreto-Lei n.º 146/2000, de 18 de julho, e do Decreto-Lei n.º 234/2000, de 25 de setembro, o Instituto das Tecnologias da Informação na Justiça (ITIJ) é a Autoridade Credenciadora competente para a credenciação e fiscalização das entidades certificadoras estabelecidas em Portugal, tendo como atribuições:

- a) Credenciar as entidades certificadoras que emitem certificados qualificados;
- b) Registar as entidades certificadoras que emitem certificados qualificados;
- c) Fiscalizar as entidades certificadoras.

---

### 3.1.2.2. FISCALIZAÇÃO

A atividade de entidade certificadora, dada a especificidade da função que desempenha, carece de um controlo e acompanhamento rigoroso pela autoridade credenciadora, pelo que as entidades certificadoras credenciadas devem enviar semestralmente a esta autoridade uma versão atualizada das relações de todos os sócios, com especificação das respetivas participações diretas e indiretas, bem como dos membros dos órgãos de administração e de fiscalização.

Os revisores oficiais de contas e os auditores externos que prestem serviços de auditoria, por imposição legal, às entidades certificadoras, devem comunicar à autoridade credenciadora as infrações graves às normas legais ou regulamentares que detetem no exercício das suas funções.

Se ocorrerem irregularidades graves na administração, organização ou fiscalização interna da entidade a credenciação será revogada, sem prejuízo de outras sanções aplicáveis nos termos da lei.

Um auditor de segurança acreditado elabora um relatório anual que envia à autoridade credenciadora, até 31 de março de cada ano civil, podendo a entidade certificadora comprovar através desse relatório, que realizou uma avaliação dos riscos e identificou e implementou os controlos necessários à segurança da informação.

---

### 3.2.3. FUNCIONAMENTO DAS ASSINATURAS ELETRÓNICAS

Vamos agora analisar a forma como funcionam as assinaturas eletrónicas:

- O utilizador dirige-se ao sítio de uma entidade certificadora e solicita uma assinatura eletrónica, fornecendo para isso a informação solicitada.
- A entidade certificadora emita a assinatura eletrónica daquela entidade, e armazena-a no disco magnético da entidade acompanhada de uma chave de encriptação.
- Quando o utilizador envia um e-mail para alguém anexa a assinatura eletrónica assim como a chave de encriptação.

- Quando o e-mail chega ao seu destino a chave de encriptação é confrontada com a chave que está na assinatura eletrónica para que o recetor tenha garantia que de facto a assinatura é verdadeira.

Para dar legitimidade, e apoiar o desenvolvimento do Comércio Eletrónico em Portugal, o Governo publicou o Decreto-Lei 290-D/99 de 2 de setembro de 1999 (já referido anteriormente) em que ficam regulamentados os Documentos Eletrónicos e as assinaturas eletrónicas.

---

#### 3.2.3.1. SEGURANÇA DAS COMUNICAÇÕES

Então, e ainda no que respeita à Segurança das Comunicações, podendo dizer que existem dois grandes grupos de segurança:

- Serviços de segurança
- Mecanismos de segurança

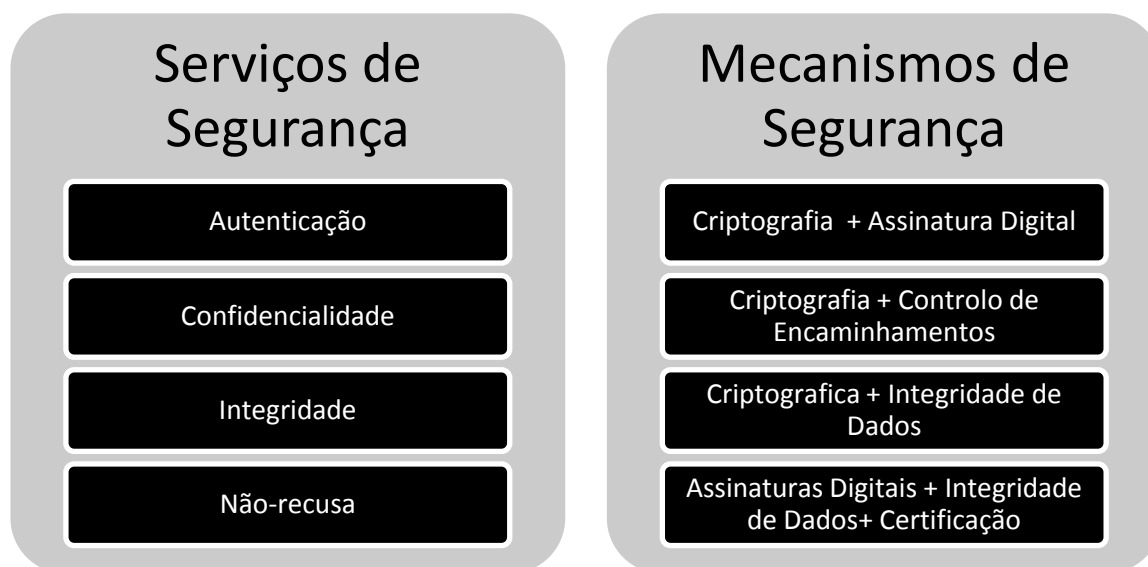
Que se caracterizam pelos pontos indicados na Figura 7:

**FIGURA 7 – CARATERIZAÇÃO DOS SERVIÇOS E MECANISMOS DE SEGURANÇA**

Serviços de Segurança	Mecanismos de Segurança
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidade para identificar de forma inequívoca a mensagem, ou transação – autenticação</li> <li>• Capacidade para provar que uma dada mensagem, ou transação, tem uma dada origem que é incapaz de provar que não foi ela que enviou – não-recusa da origem</li> <li>• Capacidade para provar que uma dada mensagem, ou transação, foi realmente recebida – não-recusa da receção</li> <li>• Capacidade para estabelecer que uma dada mensagem, ou transação, não foi alterada pela adição, modificação, ou eliminação dos seus componentes – integridade</li> <li>• A existência de níveis de prioridade no acesso à informação – confidencialidade</li> <li>• A geração de um ficheiro designado por Log mostrando a sequência, e a natureza das mensagens – auditoria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criptografia</li> <li>• Assinatura eletrónica</li> <li>• Mecanismos de integridade de dados</li> <li>• Autenticação de trocas de informação entre entidade</li> <li>• Controlo de encaminhamento de mensagens</li> <li>• Certificação</li> <li>• Controlo de tráfego de informação</li> </ul>

*Fonte: Adaptado de Ferrão (2000, p.22)*

A relação entre os serviços de segurança e os mecanismos utilizados para garantir esses mesmos serviços, é ilustrada através da Figura 8.

**FIGURA 8 – A RELAÇÃO ENTRE SERVIÇOS E MECANISMOS DE SEGURANÇA**

*Fonte: Adaptado de Ferrão (2000, p.22)*

### 3.2.3.2. O PROBLEMA DA ASSINATURA ELETRÓNICA

O problema da assinatura pode ser visto de diferentes ângulos, mas resulta basicamente no risco de que o contribuinte negue que uma determinada declaração seja sua (não reconhecimento da declaração).

A primeira consideração a ser feita neste caso é: o que fazem as administrações tributárias para assegurar a autenticidade das assinaturas no caso das declarações apresentadas em papel, geralmente na rede bancária ou por correio? A resposta é: nada. Nesse caso, qual é a diferença entre a possibilidade de não reconhecimento duma declaração em papel ou de uma por meio eletrónico? A resposta é: nenhuma.

Por outra parte, desenvolveram-se sistemas muito eficazes de autenticação de assinaturas eletrónicas através de chaves públicas e privadas. Tais sistemas têm sido utilizados, com êxito, por algumas administrações tributárias, por bancos e por empresas que realizam transações através da Internet.



### 3.2. FATURAÇÃO ELETRÓNICA

“A faturação tem sido o ponto-chave de qualquer transação comercial e a faturação eletrónica deverá ser o âmago do Comércio Eletrónico”.

“Gerar uma faturação eletrónica deve vincular e identificar o local do consumo, o correto cálculo do IVA e a designação daí resultante”.

#### 3.2.1. ENQUADRAMENTO E EVOLUÇÃO LEGISLATIVA

A fatura teve que se adaptar ao Comércio Eletrónico. Deixou de fazer sentido que numa transação efetuada por via eletrónica fosse utilizada uma fatura em suporte de papel e entregue pelos meios tradicionais. No intuito de acompanhar a evolução tecnológica surgiu a figura da fatura eletrónica como elemento essencial para o desenvolvimento das relações comerciais.

Segundo o guia da fatura eletrónica publicado pela UMIC – Agência para a Sociedade do Conhecimento, I.P., esta é *“um documento comercial semelhante ao convencional, mas reduzido a um formato eletrónico, isto é, desmaterializado”*.

Na UE e constatando-se que o desenvolvimento do Comércio Eletrónico exigia a definição de um enquadramento jurídico uniforme para a utilização da faturação eletrónica, o Conselho de 20 de dezembro aprovou a Diretiva n.º 2001/115/CE. Este Sistema de Impostos na Diretiva tem em vista a simplificação, a modernização e a harmonização das condições aplicáveis à faturação em matéria de IVA.

Conforme explica o preâmbulo da Diretiva em apreço, as condições aplicáveis à faturação que constavam da Sexta Diretiva deixavam aos EM a possibilidade de determinar os elementos essenciais dessas condições. Acresce que tais condições não se encontravam adaptadas ao desenvolvimento das novas tecnologias e métodos de faturação. Esta conjugação de fatores levou ao entendimento generalizado de que era necessário efetuar uma alteração às regras vigentes.

Podemos distinguir três grupos de alterações introduzidas pela Diretiva n.º 2001/115/CE:

- i. Alteração dos elementos que devem obrigatoriamente constar das faturas emitidas pelos sujeitos passivos do imposto;
- ii. Introdução ao recurso à autofacturação e à faturação por terceiros; e
- iii. A possibilidade de transmitir e conservar a fatura através de meios eletrónicos.

Por sua vez, no plano nacional, a Resolução do Conselho de Ministros n.º 115/98, de 1 de setembro, que criou a Iniciativa Nacional para o Comércio Eletrónico, estabeleceu como um dos principais objetivos, a definição de um quadro legislativo e regulamentar capaz de criar as condições necessárias para o desenvolvimento deste Comércio.

Neste domínio, foram publicados no ordenamento jurídico português os seguintes diplomas:

- **Decreto-Lei n.º 375/99, de 18 de setembro** que consagra o princípio da equiparação entre as faturas eletrónicas e as faturas em suporte de papel. Deste modo, estatui-se que a fatura ou documento equivalente poderá ser enviada ao seu destinatário, valendo como se de fatura de papel se tratasse. De acordo com o n.º 1 do art. 2.º, a utilização do sistema de faturação eletrónica necessita de autorização por parte da Direção Geral dos Impostos, devendo-se descrever o “sistema de criação, transmissão, receção e conservação das faturas e documentos equivalentes” de modo a verificar se o mesmo cumpre os requisitos legais.
- **Decreto Regulamentar n.º 16/2000, de 2 de outubro** que veio regulamentar o Decreto atrás mencionado e estabelecer as condições e os requisitos de utilização da fatura ou documento equivalente transmitidos por via eletrónica<sup>27</sup>.
- **Decreto-Lei n.º 256/2003, de 21 de outubro** que estabelece uma lista harmonizada de elementos que devem constar, obrigatoriamente, nas faturas emitidas pelos sujeitos passivos do imposto, de regras relativas à sua elaboração, arquivamento e conservação, incluindo a respetiva transmissão e conservação por meios eletrónicos. Prevê ainda a possibilidade de recurso à chamada «autofacturação» e à contratação de terceiros para a

---

<sup>27</sup> A disposição final do Decreto-Lei n.º 16/2000 estipulava que os modelos e formulários para pedido de utilização do sistema de faturação eletrónica seriam aprovados por portaria do Ministério das Finanças. Tais modelos haveriam de ser publicados apenas em Janeiro de 2002, mais de dois anos e meio após a publicação do Decreto-Lei n.º 375/99.

elaboração das faturas. Este Decreto-Lei transpõe para a ordem jurídica nacional a Diretiva 2001/115/CE do Conselho.

- **Decreto-Lei nº 196/2007 de 15 de maio** que regula as condições para a emissão, conservação e arquivamento das faturas ou documentos equivalentes emitidos por via eletrónica nos termos do Código do Imposto sobre o Valor Acrescentado (CIVA).

---

### 3.2.2. REQUISITOS LEGAIS

As alterações introduzidas no CIVA pelo Decreto-Lei nº 256/2003 entraram em vigor no dia 1 de janeiro de 2004.

De acordo com Amorim (2008), *“a fatura é um dos mais importantes documentos de negócio. O seu alcance é contabilístico, fiscal, financeiro e de negócio. A legislação relativa ao imposto sobre o valor acrescentado constitui o âmago dessas regras, sendo que todo o sistema de IVA na Comunidade Europeia está construído na base da fatura”*.

Dada a importância que a fatura assume quer nas relações comerciais, quer nas relações entre as empresas e particulares e o sujeito passivo e a Administração Tributária, julgamos oportuno analisar de uma forma mais detalhada as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 256/2003 de 21 de outubro.

Tendo em vista a utilização dos recentes desenvolvimentos tecnológicos como um dos instrumentos privilegiados de modernização e dinamização das empresas e da própria Administração Tributária, foi introduzido um novo n.º 10 no art. 36.º do CIVA. Este determina que *“as faturas podem, sob reserva de aceitação pelo destinatário, ser emitidas por via eletrónica, desde que seja garantida a autenticidade da sua origem e a integridade do seu conteúdo e a sua legibilidade através de quaisquer controlos de gestão que criem uma pista de auditoria fiável, considerando-se cumpridas essas exigências se adotada, nomeadamente, uma assinatura eletrónica avançada ou um sistema de intercâmbio eletrónico de dados”*.

Deste modo, a partir de 1 de janeiro de 2004, a fatura eletrónica é equiparada à fatura tradicional, para efeitos fiscais. No entanto, o sujeito passivo deverá obter o acordo do

destinatário da faturação e garantir a autenticidade da origem e a integridade do conteúdo da faturação mediante assinatura eletrónica avançada ou EDI<sup>28</sup>.

Os sujeitos passivos do IVA têm todos os direitos e obrigações previstos, em geral, no tocante às faturas em suporte de papel, pelo que as faturas eletrónicas, emitidas sob a forma legal, devem respeitar os requisitos previstos no n.º 5 do art. 36.º do CIVA. Se as faturas forem passadas sobre a forma legal conferem o direito à dedução do IVA suportado, tal como aditado no novo n.º 6 do artigo 19.º do CIVA.

Desta forma, de acordo com o n.º 5 do artigo 36.º do CIVA, as faturas devem ser datadas, numeradas sequencialmente e conter os seguintes elementos:

- a) Os nomes, firmas ou denominações sociais e a sede ou domicílio do fornecedor de bens ou prestador de serviços e do destinatário ou adquirente, bem como os correspondentes números de identificação fiscal dos sujeitos passivos de imposto;*
- b) A quantidade e denominação usual dos bens transmitidos ou dos serviços prestados, com especificação dos elementos necessários à determinação da taxa aplicável; as embalagens não efetivamente transacionadas devem ser objeto de indicação separada e com menção expressa de que foi acordada a sua devolução;*
- c) O preço líquido de imposto, e os outros elementos incluídos no valor tributável;*
- d) As taxas aplicáveis e o montante de imposto devido;*
- e) O motivo justificativo da não aplicação de imposto se for caso disso;*
- f) A data em que os bens foram colocados à disposição do adquirente, em que os serviços foram realizados ou em que foram efetuados pagamentos anteriores à realização das operações, se essa data não coincidir com a da emissão da fatura.*

*No caso de a operação ou operações às quais se reporta a fatura compreenderem bens ou serviços sujeitos a taxas diferentes de imposto, os elementos mencionados nas alíneas b), c) e d) devem ser indicados separadamente, segundo a taxa aplicável.*

A alínea f) resulta da transposição da Diretiva n.º 2001/115/CE e ao contrário do que acontecia até à transposição da Diretiva, a fatura deverá passar agora a incluir obrigatoriamente a data em que os bens foram colocados à disposição do adquirente.

---

<sup>28</sup> Consiste na transferência eletrónica de dados estruturados, segundo uma norma pública, entre aplicações informáticas de diferentes organizações.

Deste modo, podemos concluir que uma fatura que não cumpra o disposto na alínea f) não contém todos os elementos previstos no artigo 36.º. Consequentemente, não poderá ser considerada como passada em forma legal, não conferindo o direito à dedução do IVA nela mencionado.

Face ao exposto, torna-se pois imperativo que o adquirente dos bens ou serviços confira se as faturas que lhe são emitidas cumprem o disposto na alínea f), sob pena de ver recusado o direito à dedução do IVA nelas mencionado.

Importa, ainda, referir que a inclusão desta alínea no artigo 36.º do CIVA veio permitir à Administração Tributária verificar facilmente a data em que o IVA se tornou exigível, já que a alínea b) do n.º 1 do artigo 8.º do CIVA estipula que o imposto se torna exigível no momento em que termina o prazo previsto para a emissão da fatura, caso este não seja respeitado. Sempre que a Administração Fiscal detete que a emissão da fatura está fora do prazo legal pode exigir o pagamento de juros compensatórios.

Outro facto, que se entende realçar, é o n.º 9 do art. 36.º do CIVA, aditado também pelo normativo mencionado, e que tem a seguinte redação:

*“No caso de sujeitos passivos que não disponham de sede, estabelecimento estável ou domicílio no território nacional, que tenham nomeado representante nos termos do artigo 30.º, as faturas emitidas, além dos elementos previstos no n.º 5, devem conter ainda o nome ou denominação social e a sede, estabelecimento estável ou domicílio do representante, bem como o respetivo número de identificação fiscal.”*

Julgamos oportuno referir mais uma vez que a omissão destes elementos na fatura poderá impedir a dedução por parte do adquirente dos bens ou serviços, nos termos do artigo 19.º do CIVA<sup>29</sup>.

Convém, ainda, salientar o facto de, a partir de 1 de janeiro de 2004, ter deixado de ser obrigatório incluir nas faturas a menção *“fatura processada por computador”*.

De acordo com o estudo da Deloitte publicado em 2008, *“por inúmeras vezes as autoridades fiscais corrigiram montantes de IVA deduzido pelos sujeitos passivos com base na*

---

<sup>29</sup> Note-se que estamos perante a chamada “representação fiscal” para efeitos de IVA, na qual os representantes fiscais são responsáveis solidários pelo imposto.

*falta de menção «processado por computador», conferindo a estas situações de tratamento idêntico ao de situações fraudulentas e lesivas para os cofres do Estado”.*

De facto, tal obrigação violaria sem dúvida o disposto na Diretiva n.º 2001/115/CE, uma vez que este diploma estabelece uma lista harmonizada de elementos que devem constar das faturas, referindo expressamente que são “*as únicas menções obrigatórias para efeitos do imposto sobre o valor acrescentado*”<sup>30</sup>.

---

### 3.2.3. CONSERVAÇÃO E ARQUIVO

O Decreto-Lei n.º 196/2007, de 15 de maio, veio regular as condições técnicas para a emissão, conservação e arquivamento das faturas ou documentos equivalentes emitidos por via eletrónica.

O referido Decreto-Lei complementa as medidas estabelecidas no Decreto-Lei n.º 256/2003 de 21 de outubro e tem enquadramento nas medidas que têm sido adotadas no sentido de simplificar, modernizar e harmonizar em matéria de IVA vários aspetos e condicionalismos relacionados com a obrigação de faturação.

No que concerne à conservação das faturas e documentos equivalentes, é permitido o arquivamento em suporte eletrónico, desde que seja assegurado o acesso completo e em linha aos dados e assegurada a integridade da origem e do seu conteúdo (n.º 4 do art. 52.º do CIVA, redação dada pelo DL n.º 238/2006, de 20 de dezembro).

De acordo com Amorim (2008), o sistema de arquivamento eletrónico deverá apresentar algumas características, para que os sujeitos passivos consigam provar a integridade da origem e conteúdo das faturas eletrónicas.

Deste modo deverão existir evidências que se encontram os três requisitos referidos a seguir:

---

<sup>30</sup> De acordo com o primeiro parágrafo da alínea b) do n.º 3 do artigo 22.º da Sexta Diretiva, com a alteração introduzida pela Diretiva n.º 2001/115/CE.

- i. Integridade operacional do sistema de arquivamento eletrónico, nomeadamente através de funções de controlo de acesso ao sistema, de adequada gestão de autorizações, de funções de controlo da informação processada e inexistência de funções que permitam alterar diretamente a informação;
- ii. Fiabilidade da própria informação arquivada no sistema, utilizando funções de *backup*, de funções que impossibilitem a alteração, destruição ou inutilização da informação;
- iii. Existência de documentação respeitante à arquitetura e análise funcional do sistema de arquivamento eletrónico, que descreva as respetivas funcionalidades do sistema e seus mecanismos de controlo e auditoria.

De acordo com, o n.º 1 do art. 52.º do CIVA, os sujeitos passivos são obrigados a arquivar e conservar em boa ordem durante os 10 anos civis subsequentes, todos os livros, registos e respetivos documentos de suporte, incluindo, quando a contabilidade é estabelecida por meios informáticos, os relativos à análise, programação e execução dos tratamentos.

Os sujeitos passivos que, disponham ou não de sede, estabelecimento estável ou domicílio em território nacional e que pretendam proceder ao arquivamento em suporte eletrónico dos documentos atrás referidos fora do território da Comunidade, deverão solicitar autorização prévia à Direção Geral dos Impostos, a qual poderá fixar condições específicas para a sua efetivação nos termos dos números 5 e 6 do art. 52.º do CIVA.

Sempre que a faturação emitida ou recebida seja armazenada em Estado Membro diverso daquele onde o sujeito passivo se encontra estabelecido, é garantido, às autoridades competentes do Estado Membro em que aquele se encontra estabelecido, o direito de acesso por via eletrónica ao carregamento e à utilização dos dados constantes das faturas emitidas e recebidas por esse sujeito passivo<sup>31</sup>.

---

#### 3.2.4. CONDIÇÕES TÉCNICAS

Conforme refere o preâmbulo do Decreto-Lei n.º 196/2007, de 15 de maio “no que concerne aos mecanismos de certificação e de controlo, optou-se por fazer uma remissão para o

---

<sup>31</sup> Novos n.º 4 e 5 do art. 5.º do DL n.º 127/90, de 17 de abril, alterado pelo Decreto-Lei n.º 256/2003.

regime jurídico constante do Decreto-Lei 290-D/99, de 2 de agosto, que se aplica aos documentos eletrónicos e da assinatura eletrónica, na redação que lhe foi dada pelos Decretos-Leis 62/2003, de 3 de abril, 165/2004, de 6 de julho e 116-A/2006 de 16 de junho.

Por último, relativamente aos sistemas de transferências eletrónicas de dados (EDI), seguiu-se o ditame da Diretiva nº 2001/1115/CEE, do Conselho de 20 de dezembro, remetendo-se para o designado “Acordo tipo EDI europeu”, tal como se encontra definido no artigo 2.º da Recomendação nº 1994/820/CE, da Comissão, de 19 de outubro, relativa aos aspetos jurídicos da transferência eletrónica de dados”.

O nº 2 do Decreto-Lei n.º 196/2007 impõe que os sistemas informáticos de emissão, de receção e de arquivamento de faturas ou documentos equivalentes em formato eletrónico devem garantir o conjunto de requisitos a seguir mencionados.

- “a) A autenticidade da origem de cada fatura eletrónica ou documento equivalente;*
- b) A integridade do conteúdo da fatura eletrónica ou documento equivalente;*
- c) A integridade da sequência das faturas eletrónicas ou documentos equivalentes;*
- d) A validação cronológica das mensagens emitidas como faturas eletrónicas ou documentos equivalentes;*
- e) O arquivamento, em suporte informático, das faturas ou documentos equivalentes emitidos e recebidos por via eletrónica;*
- f) A manutenção, durante o período previsto no artigo 52.º do Código do IVA, da autenticidade, integridade e disponibilidade do conteúdo original das faturas e documentos equivalentes emitidos e recebidos por via eletrónica;*
- g) O não repúdio da origem e receção das mensagens;*
- h) A não duplicação das faturas ou documentos equivalentes emitidos e recebidos por via eletrónica;*
- i) Mecanismos que permitam verificar que o certificado utilizado pelo emissor da fatura eletrónica ou documento equivalente não se encontra revogado, caduco ou suspenso na respetiva data de emissão.”*



Neste preceito encontram-se, assim, incluídos os requisitos técnicos e funcionais a que deverão obedecer os sistemas informáticos de emissão, de receção e de arquivamento das faturas eletrónicas.

Desta forma, a autenticidade da fatura eletrónica ou documento equivalente é garantida pela própria aposição de uma assinatura eletrónica avançada do emitente ou pelos mecanismos inerentes ao EDI.

Por outro lado, a integridade da fatura eletrónica constitui um requisito fundamental, que deve ser assegurado por mecanismos que garantam não somente a integridade operacional do sistema de arquivamento eletrónico, mas também a integridade da própria informação arquivada no sistema.

O requisito constante da alínea h), de não existir a duplicação de faturas eletrónicas ou documentos equivalentes, é fundamental e perfeitamente compreensível, uma vez que qualquer duplicação pode potencialmente lesar o Estado por via do direito à dedução do IVA.

Fica, igualmente claro, que a Administração Fiscal poderá exigir prova da validade dos certificados utilizados pelos emissores e recetores das faturas e fiscalizar as entidades que procedam à emissão e ao arquivamento de faturas em nome e por conta de outrem.

Relativamente à obrigação de conservação das faturas eletrónicas e documentos equivalentes, emitidos e recebidos por via eletrónica, determina o artigo 4.º, n.º 1 deste diploma, que devem ser conservados sem alterações por ordem cronológica de emissão e receção.

Por sua vez, o n.º 3 do mesmo artigo determina que, de forma a garantir o acesso da Administração Tributária, as faturas e documentos equivalentes emitidos e recebidos por via eletrónica, a documentação respeitante à arquitetura, as análises funcional e orgânica e exploração do sistema informático, bem como os dispositivos de arquivamento, *software* e algoritmos integrados no sistema de faturação eletrónica deverão estar acessíveis durante o prazo previsto na lei para a conservação da documentação.

O artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 196/2007 estabelece que o arquivamento das faturas e documentos equivalentes emitidos e recebidos por via eletrónica deverá ser efetuado de forma a assegurar os aspetos a seguir referidos.

*“a) A execução de controlos que assegurem a integridade, exatidão e fiabilidade do arquivamento;*

*b) A execução de funcionalidades destinadas a prevenir a criação indevida e a detetar qualquer alteração, destruição ou deterioração dos registos arquivados;*

*c) A recuperação dos dados em caso de incidente;*

*d) A reprodução de cópias legíveis e inteligíveis dos dados registados.”*

O artigo 6.º regula a matéria da fiscalização dos sistemas informáticos de emissão, receção e de arquivamento das faturas eletrónicas. Assim, as ações da Administração Tributária podem revestir qualquer uma das formas abaixo descritas.

*“a) Acesso direto ao sistema informático de apoio à faturação para consulta dos dados com relevância fiscal, utilizando o seu próprio hardware e software, o do sujeito passivo ou o de entidade terceira;*

*b) Solicitação ao sujeito passivo para que forneça os dados relevantes num suporte digital em formato standard;*

*c) Cópia dos dados para suporte lógico de arquivamento.”*

Sempre que a exploração do sistema informático ou o arquivamento de dados se efetuar fora do país, o sujeito passivo inspecionado é obrigado a facultar o acesso ao sistema informático a partir do território nacional. Deve, igualmente, apoiar a Administração Tributária no exercício do direito de acesso à informação, nomeadamente através da instrução sobre os procedimentos a adotar para aceder ao sistema informático de apoio à faturação e para consultar os dados arquivados.

De acordo com o estipulado no n.º 5 do artigo 6.º *“nos casos em que se mostre exigível, para efeitos do cumprimento do regime de bens em circulação objeto de transações entre sujeitos passivos de IVA, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 147/2003, de 11 de julho, alterado pelo Decreto-Lei n.º 238/2006, de 20 de dezembro, deve ser garantida a reprodução em suporte de papel das faturas ou documentos equivalentes emitidos por via eletrónica”*.

Este disposto justifica-se pelo facto de o regime de bens em circulação, objeto de transações entre sujeitos passivos de IVA, ainda não prever a desmaterialização dos vulgarmente designados “documentos de transporte” ou “guias de transporte”.

Por fim, o artigo 7.º estipula que devem estar atualizados e disponíveis para consulta pela Administração Tributária os acordos celebrados entre os emitentes e os destinatários de faturas ou documentos equivalentes emitidos por via eletrónica, bem como a documentação técnica de apoio ao utilizador dos sistemas informáticos de faturação por via eletrónica.

---

### 3.2.5. A AUTO-FATURAÇÃO E A SUBCONTRATAÇÃO

A Diretiva n.º 2001/115/CE veio alterar a alínea a) da Sexta Diretiva passando esta a dispor que “todos os sujeitos passivos devem assegurar que seja emitida, por eles próprios, pelos seus clientes ou, em seu nome e por sua conta, por um terceiro, uma fatura para as entregas de bens ou as prestações de serviços que efetuem a outros sujeitos passivos ou a pessoas coletivas que não sejam sujeitos passivos”.

Anteriormente a Sexta Diretiva estabelecia que a obrigação de emissão de fatura ou documento equivalente pertencia ao próprio sujeito passivo.

Esta alteração é relevante dado possibilitar que seja o cliente a emitir a fatura, o que permite que este verifique primeiro a qualidade dos artigos adquiridos “validando” a sua aquisição com a emissão da fatura.

Estão consagrados no ordenamento jurídico português os mecanismos de autofacturação e da faturação por terceiros.

O primeiro consiste na adoção de um sistema de faturação, segundo o qual o cliente se substitui aos seus fornecedores na emissão das respetivas faturas. O segundo, reporta-se à elaboração e emissão de faturas efetuadas por um terceiro, em nome e por conta do fornecedor de bens ou prestador de serviços<sup>32</sup>.

---

<sup>32</sup> É, igualmente, possível vislumbrar um processo de faturação que combine estas duas modalidades, ou seja, a autofaturação por terceiros.

O n.º 14 do art.º 29.º do CIVA (aditado pelo DL n.º 256/2003 e alterado pelo DL n.º 197/2012), passou a permitir que as faturas ou documentos equivalentes sejam emitidos pelo adquirente dos bens ou serviços ou por um terceiro, em nome e por conta do sujeito passivo.

Esta possibilidade é no entanto condicionada pelo n.º 11 do art.º 36.º do CIVA (Aditado pelo DL n.º 256/2003), uma vez que:

*“11 - A elaboração de faturas por parte do adquirente dos bens ou dos serviços fica sujeita às seguintes condições:*

*a) A existência de um acordo prévio, na forma escrita, entre o sujeito passivo transmitente dos bens ou prestador dos serviços e o adquirente ou destinatário dos mesmos;*

*b) O adquirente provar que o transmitente dos bens ou prestador dos serviços tomou conhecimento da emissão da fatura e aceitou o seu conteúdo;*

*c) Conter a menção ‘autofaturação’<sup>33</sup>.”*

Verificámos que o Decreto-Lei 256/2003, ao transpor a Diretiva n.º 2001/115/CE, permitiu simplificar e harmonizar, em matéria de IVA, vários aspetos relacionados com a obrigação de faturação. Até à publicação deste Decreto-Lei não existia na legislação fiscal portuguesa regulamentação ao nível da autofacturação, tendo os sujeitos passivos interessados no seu processamento que solicitar à Administração Fiscal a respetiva autorização. A possibilidade de autofacturação, em determinadas condições, significa um avanço na legislação nacional permitindo um sistema de faturação segundo o qual o cliente se substitui aos seus fornecedores na emissão das respetivas faturas.

Estas duas práticas foram consagradas no ordenamento jurídico tributário português, com o aditamento do n.º 14 do art. 29.º do CIVA<sup>34</sup>.

No que respeita à autofacturação, existem razões económicas válidas que justificam que a emissão de faturas seja efetuada pelo adquirente. Também no que respeita à faturação por

---

<sup>33</sup> Adicionado pelo Decreto-lei n.º 197/2012, de 24 de agosto

<sup>34</sup> A autofaturação já havia sido várias vezes permitida pela Administração Tributária “a título excecional” relativamente a determinados sujeitos passivos que tinham solicitado autorizações, sob a forma de informações vinculativas nesse sentido.

terceiros, tem-se assistido por toda a Europa a uma tendência de delegar numa única entidade a função de faturar todos os clientes.

Contudo, para os casos em que os adquirentes dos bens ou dos serviços ou os terceiros subcontratados para a emissão ou arquivamento das faturas eletrónicas não disponham de sede, estabelecimento estável ou domicílio em qualquer Estado Membro, tais faculdades só poderão ser consideradas desde que previamente autorizadas pela Direção Geral dos Impostos, podendo esta fixar condições específicas para a sua efetivação tal como estipulado no n.º 12 do art. 36.º do CIVA<sup>35</sup>.

De acordo com o previsto no n.º 11 do art. 36.º do CIVA, a elaboração de faturas ou documentos equivalentes por parte do adquirente dos bens ou dos serviços (autofaturação), mesmo que emitidas por via eletrónica, está sujeita a determinadas condições, passando, a partir de 01-01-2013, através da adição da alínea c) pelo decreto-lei 197/2012 de 25 de agosto, à menção “Autofaturação” nas referidas faturas. Assim, deverá haver um acordo prévio, na forma escrita, entre o sujeito passivo transmissor dos bens ou prestador dos serviços e o adquirente ou destinatário dos mesmos e prova de que o transmissor dos bens ou prestador dos serviços tomou conhecimento da emissão da fatura e aceitou o seu conteúdo.

Dado que o exercício da dedução do IVA mencionado nas faturas relativas à autofacturação se encontra dependente de prova do conhecimento e aceitação pelo transmitente ou prestador, o adquirente não deverá proceder à dedução do imposto até se encontrar na posse da referida prova.

Fica assim, expressamente prevista a responsabilidade solidária do transmissor e do adquirente relativamente à emissão da fatura ou documento equivalente por via eletrónica, à veracidade do seu conteúdo e ao pagamento do respetivo imposto (art. 79.º, nº 3 do CIVA).

A autofacturação pode ser efetuada de forma eletrónica desde 1 de janeiro de 2004<sup>36</sup> desde que sejam cumpridos os requisitos acima referidos.

---

<sup>35</sup> No caso especial das importações (operações com países terceiros), os bens e serviços são em regra tributados no momento da sua entrada na União Europeia. Compreende-se, pois, que o legislador pretendesse sujeitar a um maior controlo a autofaturação por parte de empresas de países terceiros sem sede nem estabelecimento estável em qualquer Estado Membro da União Europeia.

<sup>36</sup> Com a entrada em vigor do Decreto-Lei n.º 256/2003, de 21 de outubro.

## CONCLUSÃO

O surgimento da Internet fez com que surgisse um novo tipo de comércio, o Comércio Eletrónico.

Ao longo dos tempos verificamos que com o aumento do conhecimento sobre este novo tipo de comércio, para além de surgirem imensas novas oportunidades a nível das transações económicas, podendo as mesmas passar a ter um âmbito mundial muito mais facilmente, este comércio também vem colocar inúmeros problemas no que se refere à tributação do mesmo.

Deixamos de falar de uma realidade nacional, onde facilmente a Administração Pública conseguia identificar os clientes e fornecedores das transações comerciais, para uma realidade “eletrónica” onde nem sempre conseguimos saber onde, quando, para onde e para quem é realizada essa transação comercial. Desta forma torna-se muito complicado saber quem tributar e porquê, daí surgir a necessidade de novas regras de tributação para um novo tipo de comércio.

Esta dificuldade verificasse em relação à tributação sobre o rendimento, pois o conceito de estabelecimento estável no contexto eletrónico ainda não reúne um consenso, pelo que, continuam a existir dúvidas quanto ao futuro do seu enquadramento nas transações eletrónicas.

No entanto, surgem recomendações internacionais que exigem a não discriminação fiscal das transações efetuadas por via eletrónica, não devendo estas estar sujeitas a tributação adicional, em relação à atividades tradicionais, pelo que os ajustamentos à atual legislação devem garantir a neutralidade da tributação eletrónica.

A Diretiva 2002/38/CE veio alterar as regras do então art. 9, da Sexta Diretiva, quanto à localização das prestações de serviços via eletrónica, bem como das prestações de serviços de radiodifusão e de televisão. Verificamos, a este nível, a introdução de novas regras harmonizadoras da tributação dos serviços prestados por via eletrónica, assegurando a tributação na União Europeia dos serviços prestados a título oneroso e consumidos por clientes estabelecidos na União Europeia, assim como a não tributação no caso de serem consumidos fora da União Europeia.

A legislação relacionada com a faturação e com a assinatura eletrónica representa uma grande evolução para o desenvolvimento do Comércio Eletrónico. Fazendo com que as transações comerciais eletrónicas se possam desenvolver num ambiente mais seguro e transparente.

Em suma, e tendo em conta que o Comércio Eletrónico é um processo à escala mundial, dificilmente se conseguirá isoladamente solucionar os problemas e as dificuldades que lhe são inerentes, devendo os diferentes países adotar uma atitude cooperante, bem como um consenso internacional de forma a evitar a dupla tributação ou a eventual não tributação involuntária.

A nível estudos publicados sobre o Comércio Eletrónico estes ainda são reduzidos, e os que existem remontam aos anos entre 2000 e 2009, não tendo sido feitos estudos mais recentes sobre este assunto, constituindo assim uma limitação a este estudo. Mesmo os inquéritos realizados pelo Instituto Nacional de Estatística ou pelo Eurostat não aprofundam este tema – o Comércio Eletrónico.

Talvez se julgue que todos sabem o que é o Comércio Eletrónico, o que pela minha experiência com a realização desta dissertação consegui verificar que isso não é a realidade.

Com a realização desta tese, apesar de sentir que têm sido feitas evoluções a nível do Comércio Eletrónico acredito que este pode vir a evoluir ainda mais e até se tornar um tipo de comércio fundamental para a evolução da economia.

#### A) Recomendações Futuras

Quanto às recomendações futuras, achamos importante analisar os incentivos e apoios existentes em Portugal para o Comércio Eletrónico.

Apesar do prazo de candidatura para os sistemas de incentivos SI Inovação e SI Qualificação, já terem terminado, no passado dia 15 e 16 de setembro, respetivamente, achamos importante falar sobre os incentivos que estes trouxeram aos investidores em Portugal, no que toca ao Comércio Eletrónico.

- SI Inovação:

O Sistema de Incentivos à Inovação, visava promover a inovação no tecido empresarial, através da produção de novos bens, serviços e processos que induzam à progressão na cadeia de valor, e ao reforço da sua orientação para mercados internacionais, bem como através da introdução de melhorias tecnológicas, criação de unidades de produção e estímulo ao

empreendedorismo qualificado e ao investimento em novas áreas com potencial de crescimento. Este sistema de incentivos estava regulamentado pela Portaria 1103/2010 de 25 de outubro.

O apoio a conceder no âmbito do SI Inovação assumia a natureza de incentivo reembolsável (com exceção para as despesas elegíveis com formação profissional).<sup>37</sup>

Se analisarmos a referida Portaria 1103/2010 podemos verificar que o Comércio Eletrónico também é considerado como uma despesa elegível, através do Art. 11º, nº1, alínea c), VII) que refere o seguinte *“Registo inicial de domínios e fees associados à domiciliação da aplicação em entidade externa, adesão a marketplaces e outras plataformas eletrónicas, criação e publicação de catálogos eletrónicos de produtos e serviços, bem como a inclusão e ou catalogação”*.

- SI Qualificação PME

O SI Qualificação PME visa promover a competitividade das empresas, através do aumento da produtividade, da flexibilidade, da capacidade de resposta e da presença ativa das PME no mercado global, e abrange as seguintes modalidades de projetos: Projeto individual; Projeto de cooperação; Projeto conjunto; e Projeto simplificado de inovação (Vale Inovação). Este sistema de incentivos estava regulamentado pela Portaria 47-A/2012 de 24 de fevereiro.

O apoio a conceder no âmbito do SI Qualificação PME assume a natureza de incentivo não reembolsável até aos seguintes limites: 400.000,00€, para Projetos Individuais e Projetos de Cooperação; 180.000,00€ vezes o número de empresas participantes em Projetos Conjuntos; 25.000,00€ para Projetos Simplificados de Inovação (200.000,00€, no caso de ser cumulável com Vale I&DT).<sup>38</sup>

Se analisarmos a referida Portaria 47-A/2012 podemos verificar que o Comércio Eletrónico também é considerado como uma despesa elegível, através do Art. 12º, nº1, alínea c), VII) que refere o seguinte *“Registo inicial de domínios e fees associados à domiciliação da aplicação em entidade externa, adesão a marketplaces e outras plataformas eletrónicas, criação e*

---

<sup>37</sup> Para mais informações sobre este Sistema de Incentivos por favor consultar a Portaria 1103/2010, de 25 de outubro.

<sup>38</sup> Para mais informações sobre este Sistema de Incentivos por favor consultar a Portaria nº 47-A/2012 de 24 de fevereiro.



publicação de catálogos eletrónicos de produtos e serviços, bem como a inclusão e ou catalogação”; e no Art. 5º, nº 1, alínea d) *“Organização e gestão e tecnologias de informação e comunicação (TIC) - introdução de novos modelos ou novas filosofias de organização do trabalho, reforço das capacidades de gestão, introdução de TIC, redesenho e melhorias de layout, ações de benchmarking”*; e alínea i) *“Economia digital - criação e ou adequação da infraestrutura interna de suporte com vista à inserção da PME na economia digital e à melhoria dos modelos de negócios com base numa presença mais efetiva na economia digital que permitam a concretização de processos de negócios desmaterializados com clientes e fornecedores através da utilização das TIC”* .

Ainda a aceitar candidaturas estão os seguintes incentivos ao investimento relacionado com o Comércio Eletrónico:

- Comércio Investe

A medida “Comércio Investe”, regulamentada pela Portaria n.º 236/2013 de 24 de julho, que vem substituir o anterior Programa de Apoio à Modernização do Comércio – MODCOM, visa apoiar projetos conjuntos – promovidos por associações empresariais, e projetos individuais – promovidos por micro e pequenas empresas, inseridas nos CAE 47 (comércio a retalho), visando a modernização e valorização da oferta dos estabelecimentos abertos ao público através da aposta na inovação e da utilização de formas avançadas de comercialização.

O incentivo financeiro a conceder assume a natureza de incentivo não reembolsável, corresponde a 40% das despesas elegíveis, não podendo ultrapassar o valor de 35.000,00€ por projeto individual. Adicionalmente ao incentivo referidos o projeto individual pode beneficiar de um prémio de boa execução, correspondente a uma majoração de 10% do valor do incentivo apurado.<sup>39</sup>

Se analisarmos a referida Portaria 236/2013 podemos verificar que o Comércio Eletrónico também é considerado como uma despesa elegível, através do Art. 6º, nº1, alínea a), que refere o seguinte *“Aquisição de equipamentos e software para suporte à atividade comercial, nomeadamente, introdução de tecnologias de informação e comunicação, equipamentos e*

---

<sup>39</sup> Para mais informações sobre este incentivo por favor consultar a Portaria 236/2013, de 24 de julho e o despacho 12275/2013 de 26 de setembro.

sistemas de segurança, dinamização de serviços pós-venda e outros que se mostrem necessários”; e alínea c) *“Aquisição de equipamentos, software e conceção de conteúdos destinados à criação ou dinamização da presença na Internet através de espaços virtuais de divulgação da oferta e de Comércio Eletrónico, para complemento à oferta existente no estabelecimento comercial”*, para o que diz respeito a projetos individuais. E ainda, no que diz respeito a despesas elegíveis para este programa de investimentos apresentadas para projetos conjuntos, podemos verificar que o Comércio Eletrónico se enquadra no art. 13º, nº 3, alínea a), ii) *“Aquisição de hardware e software destinados à criação de espaços virtuais de divulgação na Internet ou outros meios de divulgação da oferta comercial do centro urbano que permitam interação com os potenciais clientes, incluindo entre outros, a criação de websites, a disponibilização de catálogos virtuais e a criação de aplicações para dispositivos móveis, incluindo a criação dentro do centro urbano, de zonas comuns de acesso sem fios à Internet”*; iv) *“Contratação de serviços de social media marketing, incluindo a criação e manutenção de espaços virtuais de divulgação do centro urbano nas redes sociais”* e vii) *“Criação de sistemas comuns de monitorização e de segurança”*.

De acordo com o Despacho 12275/2013 de 26 de setembro, os prazos de apresentação de candidaturas ao Comércio Investe termina a 25 de novembro ou a 2 de dezembro, conforme se trate de um Projeto individual ou se um projeto conjunto, respetivamente.

- Fundo Jéssica

A Iniciativa JESSICA (Joint European Support for sustainable Investment in City Areas) é um instrumento financeiro promovido pela Comissão Europeia e desenvolvido pelo Banco Europeu de Investimento (BEI), com o apoio do Council of Europe Development Bank<sup>40</sup>, constituindo uma excelente oportunidade para implementar projetos de impacto positivo em zonas degradadas e/ou deixadas ao abandono nos centros urbanos, podendo ser traçados planos de ação em três eixos:

1. Projetos de Requalificação Urbana (ex. Instalação de Residências Universitárias, Unidades de Apoio Sénior – Centros de Dia, Centros Culturais e/ou Desportivos);
2. Projetos de Requalificação da Economia Urbana (ex. Comércio e Serviços);

---

<sup>40</sup> Mais informações em [www.fundojessicaportugal.org](http://www.fundojessicaportugal.org)

3. Projetos de disseminação e gestão de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) nas zonas urbanas (Redes de Banda Larga e Sem Fios, ou outras aplicações inovadoras).

Notícias recentes apontam para a existência de um projeto com vista à reativação da rede de transmissores T-DAB da RTP (desativada em 2011) para a difusão do sinal TDT, ao mesmo tempo que a tecnologia DMB (Digital Multimédia Broadcasting) dá passos de gigante um pouco por todo o mundo e se apresenta como uma verdadeira revolução em tecnologia multiplataforma (TV, rádio, dispositivos móveis, computadores portáteis, PDAs, sistemas de navegação GPS, etc.).

O Fundo Jéssica pode ser o “boom” do Comércio Eletrónico, e uma ótima oportunidade para quem pretende investir neste tipo de comércio, podendo usufruir do apoio apresentado para o eixo três deste fundo de investimentos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amorim, P. et al. (2008). Leis da Sociedade da Informação - Comércio Eletrónico. Coimbra: Coimbra Editora.
- Anacom. (2006). O Comércio Eletrónico em Portugal - O quadro legal e o negócio. Retrieved 03.03.2013 from <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentID=718378>.
- Aujean, M. (2000). A tributação face às relações internacionais e à utilização das novas tecnologias. Tema 1.1. - Jurisdição fiscal aplicável ao Comércio Eletrónico, pp. 91-107. Lisboa: Centro de Estudos Fiscais – DGI – Min. Finanças.
- Cordell, A. (1996). New Taxes for a New Economy. Retrieved 28.04.2013 from <http://library2.usask.ca/gic/v2n4/cordell/cordell.html>.
- Corrêa, K. (2007). Análise S.W.O.T.. Retrieved 02.02.2012 from <http://www.pederneira.com/adm/swot/php>.
- Decreto Regulamentar n.º 16/2000, de 2 de outubro, “Regulamenta o Decreto-Lei n.º 375/99 de 18 de setembro, que estabelece a equiparação entre fatura emitida em suporte de papel e a fatura eletrónica”, Diário da República, 1ª Série B, n.º 228.
- Decreto-Lei n.º 130/2003, de 28 de junho. Diário da República nº 147 - I Série A.
- Decreto-Lei n.º 147/2003, de 11 de julho. Diário da República n.º 158 - I Série A.
- Decreto-Lei n.º 186/2009, de 12 de agosto. Diário da República n.º 155 - I Série.
- Decreto-Lei n.º 196/2007, de 15 de maio. Diário da República n.º 93 - I Série.
- Decreto-Lei n.º 197/2012, de 24 de agosto. Diário da República nº 164 - I Série.
- Decreto-Lei n.º 238/2006, de 20 de dezembro. Diário da República n.º 243 - I Série.
- Decreto-Lei n.º 256/2003, de 21 de outubro. Diário da República n.º 244 - I Série A.
- Decreto-Lei n.º 290-D/99, de 2 de agosto. Suplemento do Diário da República n.º 178/99 - I Série A.

Decreto-Lei n.º 375/99, de 18 de setembro. Diário da República n.º 219/99 - I Série A.

Decreto-Lei n.º 62/2003, de 3 de abril. Diário da República n.º 79 - I Série A.

Deloitte. (2008). IVA: 21%, 21 Anos, 21 Temas. Estoril: Príncipe Editora.

Diretiva 2001/115/CE do Conselho, de 20 de dezembro. Jornal Oficial n.º L 015 de 17/01/2002, pp. 0024 – 0028.

Diretiva 2002/38/CE do Conselho, de 7 de maio. Jornal Oficial n.º L 128 de 15/05/2002, p. 0041.

Diretiva 2008/8/CE do Conselho, de 12 de fevereiro. Jornal Oficial n.º L 44 de 20/02/2008, pp. 0011 – 0022.

Eurostat. (2002). Statics infocus: E-commerce in Europe. Retrieved 28.04.2013 from [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-NP-02-012/EN/KS-NP-02-012-EN.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-NP-02-012/EN/KS-NP-02-012-EN.PDF).

Ferrão, F. (2000). E-Business. Lisboa: Escolar Editora.

Instituto Nacional de Estatística. (2009). Sociedade da Informação e do Conhecimento: Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas famílias 2009. Retrieved 14.07.2013 from [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&zpgid=ine\\_destaques&DESTAQUESdest\\_boui=56910276&DESTAQUESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&zpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=56910276&DESTAQUESmodo=2).

Instituto Nacional de Estatística. (2011). Anuário Estatístico de Portugal - 2010. Retrieved 03.12.2012 from [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&zpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESPUB\\_boui=133813349&PUBLICACOESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&zpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESPUB_boui=133813349&PUBLICACOESmodo=2).

Instituto Nacional de Estatística. (2012a). Destaque do dia 06.11.2012 - Sociedade da Informação: Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação nas Empresas 2012. Retrieved 14.07.2013 from [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&zpgid=ine\\_destaques&DESTAQUESdest\\_boui=133548264&DESTAQUESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&zpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=133548264&DESTAQUESmodo=2).

Instituto Nacional de Estatística. (2012b). Estatísticas do Comércio - 2011. Retrieved 02.06.2013 from

[http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&zpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESPUB\\_bo ui=149183105&PUBLICACOESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&zpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESPUB_bo ui=149183105&PUBLICACOESmodo=2).

Instituto Nacional de Estatística. (2012c). Anuário Estatístico de Portugal - 2011. Retrieved 19.10.2013 from [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&zpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESPUB\\_bo ui=134725522&PUBLICACOESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&zpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESPUB_bo ui=134725522&PUBLICACOESmodo=2).

Nabais, J. (1998). O dever fundamental de pagar impostos. Coimbra: Edições Almedina.

Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (1997), “Electronic Commerce: The Challenges to Tax Authorities and Tax Paperyers”. Retrieved 21.02.2012 from <http://www.oecd.org/tax/treaties/1923232.pdf>.

Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico. (2000), “Clarification on the Application of the Permanent Establishment Definition in E-commerce: Changes to the Commentary on the Model Tax Convention on Article 5”. Retrived 21.02.2012 from <http://www.fordham.edu/law/faculty/colon/INTLTAX/oecdart5.pdf>.

Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico. (2003), “Implementation of Ottawa Taxation Framework Conditions – The 2003 Report”. Retrived 21.02.2012 from [http://www.biac.org/members/tax/BEPS/2003\\_OECD\\_Report\\_on\\_Ottawa\\_Framework\\_Conditions20499630.pdf](http://www.biac.org/members/tax/BEPS/2003_OECD_Report_on_Ottawa_Framework_Conditions20499630.pdf).

Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico. (2010), “Model Tax Convention on Income and on Capital”. Retrieved 21.02.2012 from [http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/taxation/model-tax-convention-on-income-and-on-capital-2010\\_9789264175181-en#page1](http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/taxation/model-tax-convention-on-income-and-on-capital-2010_9789264175181-en#page1).

Pereira, M. (2007). Fiscalidade. Coimbra: Edições Almedina.

Pires, R. (2011). Tributação Internacional do Rendimento Empresarial gerado através do Comércio Eletrónico: Desvendar mitos e construir realidades. Coimbra: Edições Almedina.

Resolução do Conselho de Ministros n.º 115/98, de 1 de setembro, Diário da República, 1ª Série B, n.º 201.

Teixeira, G. (2008). Manual de Direito Fiscal. Coimbra: Edições Almedina.

UMIC. (2006). Guia da fatura eletrónica - Contributo para a modernização das empresas e do Estado. Retrivied 18.05.2013 from [http://www.unic.pt/images/stories/publicacoes/guia\\_factura\\_electronica.pdf](http://www.unic.pt/images/stories/publicacoes/guia_factura_electronica.pdf).

Xavier, A, (2006). Direito Tributário Internacional. Coimbra: Edições Almedina.

**ANEXO I****GLOSSÁRIO**

**Análise SWOT** - ou Análise FOFA (em português) é uma ferramenta utilizada para fazer análise de cenário (ou análise de ambiente), sendo usado com base para a gestão e planeamento estratégico de uma corporação ou empresa, mas podendo, devido à sua simplicidade, ser utilizada para qualquer tipo de análise de cenário. O termo **SWOT** é uma sigla oriunda do idioma inglês, e é um acrónimo de Forças (**Strengths**), Fraquezas (**Weaknesses**), Oportunidades (**Opportunities**) e Ameaças (**Threats**).

(Fonte: Wikipedia. (2012). Análise SWOT. Retrivied 02.12.2012 from [http://pt.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lise\\_SWOT](http://pt.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lise_SWOT).)

**Assinatura eletrónica/digital** - os dados sob forma eletrónica, ligados ou logicamente associados a outros dados eletrónicos, e que sejam utilizados como método de autenticação.

(Fonte: Diretiva 1999/93/CE do Conselho, de 13 de dezembro. Jornal Oficial n.º L 13 de 19/01/2000, pp. 0012 – 0018.)

**Assinatura eletrónica/digital avançada** - uma assinatura eletrónica que obedeça aos seguintes requisitos:

- a) Estar associada inequivocamente ao signatário;
- b) Permitir identificar o signatário;
- c) Ser criada com meios que o signatário pode manter sob seu controlo exclusivo; e
- d) Estar ligada aos dados a que diz respeito, de tal modo que qualquer alteração subsequente dos dados seja detetável.

(Fonte: Diretiva 1999/93/CE do Conselho, de 13 de dezembro. Jornal Oficial n.º L 13 de 19/01/2000, pp. 0012 – 0018.)

**Dados de criação de assinaturas** - um conjunto único de dados, como códigos ou chaves criptográficas privadas, usado pelo signatário para a criação de uma assinatura eletrónica.

(Fonte: Diretiva 1999/93/CE do Conselho, de 13 de dezembro. Jornal Oficial n.º L 13 de 19/01/2000, pp. 0012 – 0018.)



**EDI (*Electronic data Interchange*)** – é um procedimento que permite a transferência de dados estruturados, segundo uma sintaxe de mensagens pré-definidas, através de redes de telecomunicações entre organizações diferentes.

(*Fonte: Ferrão, F. (2000). E-Business, p. 37. Lisboa: Escolar Editora.*)

**Extranet** – Uma Intranet que permite o acesso controlado por entidades externas autorizadas.

(*Fonte: Ferrão, F. (2000). E-Business, p. 29. Lisboa: Escolar Editora.*)

**Futuros** - Contrato a prazo que se traduz num compromisso firme de comprar ou de vender, numa data fixa e por um preço acordado um montante determinado de um elemento especificado (elementos subjacente) – uma mercadoria, uma divisa, um instrumento financeiro, um índice ou uma taxa de juro.

(*Fonte: Xavier, L. (2000). A tributação face às relações internacionais e à utilização das novas tecnologias: Tema 2.3 - Preços de transferência no sector financeiro, p. 258. Lisboa: Centro de Estudos Fiscais – DGI – Min. Finanças.*)

**Instrumentos Financeiros Derivados (IFD)** - São instrumentos financeiros cujo valor deriva do valor de um determinado ativo subjacente (uma ação, taxa de juro, mercadorias, entre outros). São considerados instrumentos de elevado risco, pois pequenas variações no preço do ativo subjacente podem provocar grandes oscilações no valor do instrumento derivado. Geralmente tomam a forma de contratos, estabelecendo trocas de dinheiro entre as partes contratantes numa data futura.

(*Fonte: Optimize. (2012). Wiki Financeira: Instrumentos financeiros derivados. Retrivied 21.02.2013 from [http://www.optimize.pt/wiki/index.php/Instrumentos\\_financeiros\\_derivados](http://www.optimize.pt/wiki/index.php/Instrumentos_financeiros_derivados).*)

**Intranet** – Uma rede local com um servidor TCP/IP para fornecer documentos HTML, e outros ficheiros acedidos pelos utilizadores através de um browser.

(*Fonte: Ferrão, F. (2000). E-Business, p. 26. Lisboa: Escolar Editora.*)

**Offshore** – Sucursais financeiras exteriores que realizam operações financeiras internacionais com não-residentes e não estão sujeitas às disposições legislativas em vigor, embora supervisionadas pelo banco central do país onde estão instaladas.

(Fonte: Owens, J. (2000). *A tributação face às relações internacionais e à utilização das novas tecnologias: Tema 1 - O Comércio Eletrónico e a fiscalidade*, p. 64. Lisboa: Centro de Estudos Fiscais – DGI – Min. Finanças.)

**Opções** – Contrato bilateral em que uma das partes (o comprador) adquire o direito, mas não a obrigação, de comprar ou vender uma quantidade determinada de um ativo, a um preço convencionado (preço de exercício), durante um período de tempo ou num tempo definido.

(Fonte: Xavier, L. (2000). *A tributação face às relações internacionais e à utilização das novas tecnologias: Tema 2.3 - Preços de transferência no sector financeiro*, p. 259. Lisboa: Centro de Estudos Fiscais – DGI – Min. Finanças.)

**Políticas de Segurança** – Medidas destinadas a manter dentro dos limites específicos da organização as componentes do sistema de segurança, confidencialidade, integridade e disponibilidade.

(Fonte: Ferrão, F. (2000). *E-Business*, p. 17. Lisboa: Escolar Editora.)

**Preços de transferência** – As operações comerciais entre entidades relacionadas (residentes ou não) devem efetuar-se em condições idênticas às que seriam praticadas entre entidades independentes (i.e. em condições de mercado ou em linha com o princípio de plena concorrência).

(Fonte: PWC. (2012). *IRC: Preços Transferência*. Retrived 20.10.2013 from <http://www.pwc.pt/pt/guia-fiscal-2012/irc/precos-transferencia.jhtml>.)

**Segurança dos Sistemas de Informação** – Conjunto de medidas, e procedimentos, destinados a evitar que a informação seja destruída, alterada, ou acedida, acidental ou intencionalmente, de uma forma não autorizada.

(Fonte: Ferrão, F. (2000). *E-Business*, p. 16. Lisboa: Escolar Editora.)

**Signatário** - uma pessoa singular que detém um dispositivo de criação de assinaturas e o utiliza em seu próprio nome, ou em nome da pessoa singular ou coletiva ou da entidade que representa.

*(Fonte: Diretiva 1999/93/CE do Conselho, de 13 de dezembro. Jornal Oficial n.º L 13 de 19/01/2000, pp. 0012 – 0018.)*

**Swap** – são acordos de troca, numa certa data, de fluxos financeiros referidos a certo montante. Ao realizarem um swap, duas partes concordam trocar um fluxo de pagamentos calculados com referência a um capital subjacente ou fictício.

*(Fonte: Xavier, L. (2000). A tributação face às relações internacionais e à utilização das novas tecnologias: Tema 2.3 - Preços de transferência no sector financeiro, p. 259. Lisboa: Centro de Estudos Fiscais – DGI – Min. Finanças.)*

**World Wide Web (web)** - Corresponde à parte gráfica da Internet. Dada a forte convergência dos utilizadores da Internet e da web, assim como o uso indiscriminado destes dois termos por parte da grande maioria dos agentes, passaremos a atribuir o mesmo significado a estas duas tecnologias.

*(Fonte: Anacom. (2006). O Comércio Eletrónico em Portugal – O quadro legal e o negócio, p. 17. Retrivied 03.03.2012 from <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=718378>.)*